

Daniel Gómez Masana

La ciutat de l'espectacle

TFG

07/20

Nous ne savons pas où nous allons
mais ce n'est pas une raison pour ne pas y aller.*

Margarite Duras

Intencions

Construir aquesta recerca és un repte personal per especular una alternativa als processos arquitectònics habituals. Una aproximació sense prejudicis on evitar resoldre un projecte en termes lògics, sinó on descobrir-ne un a través d'un desenvolupament obert d'exploracions. Una reacció a la línia de pensament ultrarealista de l'Escola on no es pretén resoldre una qüestió sinó posar-la sobre la taula, proposant una alternativa a la realitat en comptes de sotmetre's a aquesta. El resultat és un procés inacabat de recerca i reflexió on poder fer crítica propositiva ironitzant, com a pretext per divertir-se, arriscar, ser ambiciós, imprudent i innocent.

5	Intencions
7	índex de continguts
9	"
11	Metodologia
13	Camp d'estudi
15	Context

Recerca

19	La sociedad del espectáculo
21	+
23	La ciutat de l'espectacle
25	I. La separación perfecta
27	La imatge i Barcelona
29	La topografia mediàtica
31	+
33	II. La mercancía y la primera apariencia
35	Les mercaderies i Barcelona
37	El consum del paisatge urbà
39	+
41	III. El tiempo espectacular
43	L'experiència i Barcelona
45	Una experiència consumible a distància
47	+
49	IV. La ordenación del territorio
51	L'espai i Barcelona
53	La ciutat collage
55	+
57	V. La negación y el consumo de la cultura
59	Cultura i Barcelona
61	El museu més gran del món
63	+

Marc teòric

67	Los espacios otros
69	Heterotopies a Barcelona
71	La producción del espacio
73	Barcelona i l'espai abstracte
75	Los no lugares
77	No llocs a Barcelona

Gènesi

81	-
83	*
85	Antecedents en xifres
87	-
89	Hipòtesi en xifres

Desenllaç

93	Contra-resposta
95	Una estructura especulativa
97	El programa
99	La rèplica i el plagi com a eines de projecte
101	Del no-lloc al contraemplaçament

Emplaçament

105	Història d'un lloc
107	Història d'una plaça
109	Actualitat d'una plaça
111	*
113	Tabula rasa indeterminada
115	*
117	Emplaçament soterrani EA

- 119 Emplaçament soterrani proposta
- 121 Emplaçament EA
- 123 Emplaçament proposta
- 125 Un vestíbul soterrat

Arquitectura

- 129 Organització del programa
- 131 "
- 133 Sales programàtiques
- 135 Buits encadenats
- 137 Secció longitudinal
- 139 *
- 141 Planta -06.50
- 143 *
- 145 Planta +00.00
- 147 *
- 149 Planta +04.90
- 151 *
- 153 Planta +11.40
- 155 *
- 157 Planta +21.10
- 159 *
- 161 Planta +27.60
- 163 *
- 165 Planta +35.75
- 167 *
- 169 Secció transversal -G-
- 171 *
- 173 Secció transversal -L-

Sostenibilitat

- 177 Requeriments climàtics
- 179 Intensitats d'ús
- 181 Estratègies bioclimàtiques
- 183 Renovacions i climatització mecànica
- 185 Càlcul de càrregues tèrmiques i renovacions

Estructura

- 189 Estratègies estructura
- 191 Seccions estructurals
- 193 Detall d'unions
- 195 Càlcul de predimensionat
- 197 Esquema i dimensions
- 199 Accions i deformada
- 201 Axials i moments

envolupant

- 205 Secció i alçat de detall 01
- 207 Secció i alçat de detall 01
- 209 Secció i alçat de detall 01
- 211 Secció i alçat de detall 01
- 213 Secció i alçat de detall 01
- 215 Alçats
- 217 Sincronització d'intensitats
- 219 24h a la ciutat de l'espectacle

.

- 223 Epíleg
- 225 *
- 227 PD: "I això qui ho paga?"
- 229 Documentació consultada



Bas Jan Ader, 1970.
Fall II

El producte d'aquest treball és la intersecció de conceptes en un espai físic, fent de la teoria i les observacions matèria de projecte.

El procés parteix d'una reflexió centrífuga sobre la temàtica turística a través d'una recerca d'estudis, reflexions i teories per definir la tessitura actual. En paral·lel, una visió ampliada tracta qüestions de l'àmbit de la filosofia, la sociologia i l'antropologia per assentar una base teòrica al plantejament.

El projecte parteix de la interpretació de l'assaig de Guy Debord a 'La societat de l'espectacle' (1967) per extrapol·lar-lo a la situació actual de Barcelona envers el turisme. La juxtaposició teòrica i del context físic-temporal esdevenen en cinc preguntes plantejades com a càpsules projectuals.

Tres assajos defineixen un marc teòric que es creua amb una gènesi de la Barcelona turística per especular un escenari distòpic sobre el que projectar-hi. Aquesta nova realitat precisa uns requeriments que desenllaça en una solució arquitectònica física en un context geogràfic crític. Com a conclusió del procés, la proposta objectual és definida segons els paràmetres de la recerca previa.



Martin Parr, 1993.
The Sagrada Família.

Aquest procés discorre en la intersecció d'un tema, el turisme, un lloc, Barcelona, i una època, l'actualitat.

El turisme com a fenomen cultural, polític i social en el que tots estem implicats. Com a procés que altera els contextos en què irromp, transformador del territori i de la percepció que tenim sobre el món. És un agent en expansió gràcies a la globalització, de la mà de la societat del consum, creador de valors abstractes per a ser consumits. El turisme com exercici de retòrica, constructor d'una realitat paral·lela plantejada com autèntica per satisfer el desig dels visitants a través de la generació d'imatges.

Barcelona està de moda. És avui en dia una ciutat turística i destí urbà de primer ordre a escala internacional. Durant els darrers 25 anys ha patit una intensificació que l'ha portat de ciutat amb turisme a ciutat turística. S'ha superat la situació inicial d'activitat complementària i s'ha convertit en un component estructural del seu sistema productiu, el seu metabolisme físic i social, alterant la quotidianitat, configurant-ne la imatge que es reconeix internacionalment sota un aparent model turístic d'èxit.



1992.
L'alcalde Pascual Maragall amb Cobi, la mascota dels Jocs Olímpics.

A Europa el turisme de masses comença al s. XX promogut pels règims feixistes com a fenomen social. A Espanya arribaria a partir dels anys '60 fruit del 'miracle econòmic' que es basaria en el turisme de sol i platja assequible pels visitants, al que als '80 s'hi sumaria el turisme cultural i nacional gràcies al màrqueting turístic.

En aquest període, Barcelona disposava d'un sistema turístic eficaç però amb infraestructures i activitats de mida moderada comparada amb altres ciutats. Als anys '90 s'inicia una etapa d'esdeveniments i fites que marcarien un punt d'inflexió en la construcció de la ciutat com a destí turístic, amb els JJ00 com a principal instrument de producció de la imatge que la situaria al mapa mundial.

La imatge turística de la ciutat s'ha construït i transformat a través de maquillatges urbans periòdics: l'Exposició Universal de 1888, l'Exposició Internacional de 1929, el Congrés Eucarístic Internacional de 1952, els Jocs Olímpics del '92 i el Fòrum Universal de les Cultures el 2004. La situació actual ha portat a replantejar-se aquest model amb risc de morir d'èxit, intentant frenar el creixement exponencial de les darreres dècades.



recerca

Y sin duda nuestro tiempo... prefiere la imagen a la cosa, la copia al original, la representación a la realidad, la apariencia al ser... Lo que es sagrado para él no es sino la ilusión, pero aquello que es profano es la verdad. Más aún, lo sagrado se engrandece a sus ojos a medida que decrece la verdad y que la ilusión crece, tanto y tan bien que el colmo de la ilusión es también para él el colmo de lo sagrado.

Ludwig Feuerbach, 1843
 Esencia del cristianismo
 (a 'La sociedad del espectáculo)

El 1967 Debord publica *La société du spectacle*, com a denuncia de la societat mediatitzada per les imatges en el que ell anomena societat espectacular. Hi descriu la importància de la imatge com a fet cultural i social, creada com element de consum que reemplaça la realitat. Segons l'assaig, la societat necessita gaudir de l'espectacle, i transforma la pròpia realitat en una interminable representació. Per fer realitat les seves il·lusions, l'espectacle es basa en la producció de mercaderies postulades com objectes d'adoració.

A l'espectacle, el temps és matèria primera i mercaderia consumible, i és utilitzat per expropiar el temps de vivència directa de la història, propiciant l'escassetat de realitats. En la dimensió espacial l'espectacle produeix mercaderies per un decorat, homogeneïtzant i banalitzant els paisatges en favor de l'aïllament dels elements. La cultura, també convertida en mercaderia, és interpretada com objecte mort de contemplació, i és l'instrument de l'espectacle per fer oblidar la història. Debord aborda des d'un punt de vista teòric la naturalesa d'aquesta societat espectacular, a través de descripcions metafòriques i jocs de paraules, suggerint el que és l'espectacle sense que cap sigui la definitiva. A través de 221 breus paràgrafs es pot comprendre intuitivament, i de manera interpretable, el factor comú de la tesi.

...el turismo como industria extractiva, como antes la minería o lo agroalimentario. Barcelona es un campo de soja, explotable como un recurso natural cualquiera.

Marina Garcés, 2016
Desmarcant Barcelona (CCCB)

La situació actual de Barcelona amb relació al turisme il·lustra de forma gràfica la reflexió de Debord. La ciutat també ha patit un procés de mediatització mentre és convertida en marca turística. S'ha consumat la producció d'una imatge-mercaderia per convertir Barcelona en objecte de consum massiu, entregant la ciutat al món espectacular.

La ciutat es veu obligada a sobrerepresentar-se a ella mateixa per satisfer el visitant, multiplicant-ne les imatges per construir una representació il·lusòria per ser venerada. El món turístic és un món dissenyat des del desig i l'engany, on es disposa una sèrie d'elements ordenats pel peregrí, expulsant les heterogeneïtats de la vida urbana comú. Els paisatges urbans es tornen homòlegs, la ciutat es banalitza, en la producció de nuclis tematitzats on tots els elements són intercanviables.

El discurs turístic es basa en la sacralització d'un conjunt d'elements seleccionats per ser mostrats. Alhora converteix cada cop més activitats en turisme, en una necessitat d'expansió del mercat. S'hi instauren instal·lacions destinades al culte de la cultura, atractors que ocupen un lloc simbòlic de veneració com ho han estat les catedrals.



1945.
Cartell de publicitat de 'The Airlines of the United States'.

I. La separación perfecta

25

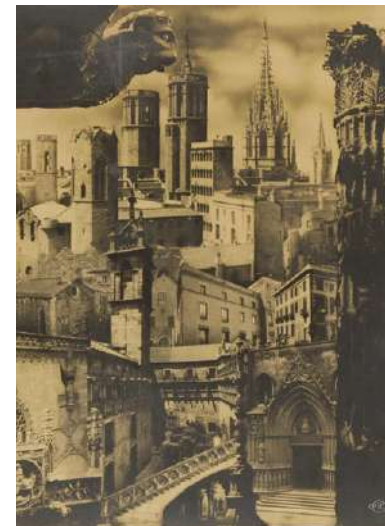
la vida (...) se anuncia como una inmensa acumulación de espectáculos. Todo lo directamente experimentado se ha convertido en una representación ⁽¹⁾. La realidad, considerada parcialmente, es objeto de la mera contemplación ⁽²⁾. El espectáculo se presenta como la sociedad misma ⁽³⁾.

El espectáculo, que invierte o real es efectivamente producido en cuanto tal. La realidad surge en el espectáculo, y el espectáculo es real ⁽⁸⁾. El espectáculo no dice más que esto: 'lo que aparece es bueno, lo bueno es lo que aparece'. Exige esa aceptación (...) gracias a su monopolio de las apariencias ⁽¹²⁾. Elabora una multitud cada vez más creciente de imágenes objetos, el espectáculo es la 'principal producción' de la sociedad actual ⁽¹⁵⁾.

Allí donde el mundo real se transforma en meras imágenes, las meras imágenes se convierten en seres reales, y en eficaces motivaciones de un comportamiento hipnótico ⁽¹⁸⁾. La alineación del espectador en favor del objeto contemplado se expresa de este modo: cuanto más contempla, menos vive. Cuanto más acepta reconocerse en las imágenes dominantes de la necesidad, menos comprende su propia existencia y su propio deseo ⁽³⁰⁾.

Barcelona s'ha basat en la sistemàtica producció i acumulació d'imatges que l'ha convertit en l'actual ciutat de l'espectacle. S'han utilitzat les existències com objectes de contemplació d'espectadors que com més observen, menys viuen la ciutat.

Per incentivar aquesta dinàmica, Barcelona s'ha de sobrerrepresentar a ella mateixa, produint autoretrats d'on sorgeix una nova realitat. Per al visitant el que apareix és el legítim, la representació, produint un hipnotisme d'imatges que es tornen realitat.

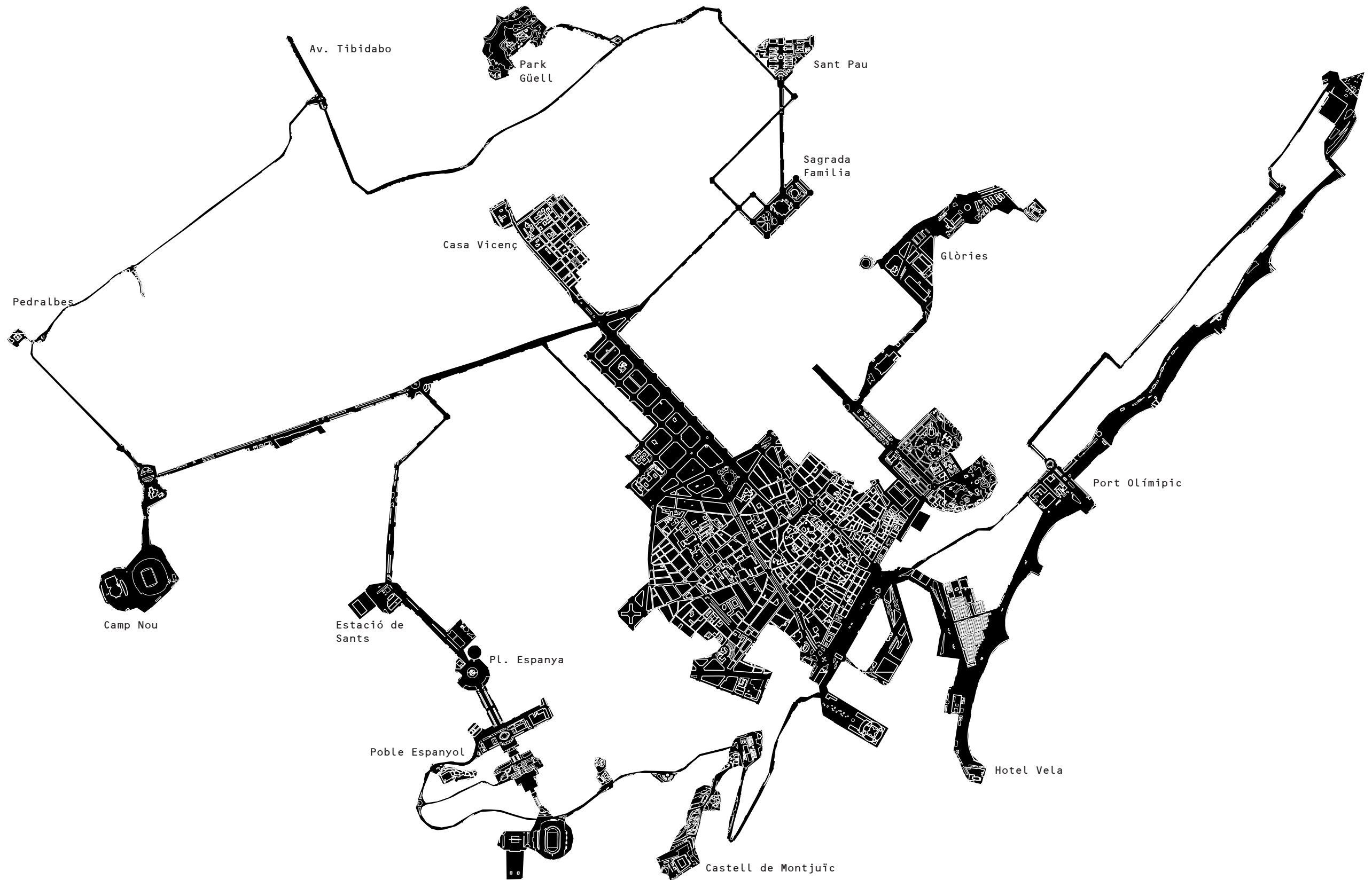


Pere Català Pic, 1935. Fotomontatge del Barri Gòtic per la 'Sociedad de Atracción de Forasteros'.

Quina és la topografia mediàtica de la Barcelona turística?

En un escenari de maximització de la imatge mediàtica de la Barcelona, aquesta es converteix en l'única realitat. El paisatge urbà deixa lloc a la mateixa representació dels elements d'identitat i trets distintius de la ciutat turística.

La capital es redueix als elements imprescindibles per tenir una experiència total. La recepta només necessita sol, platja, patrimoni monumental, gastronomia, oci nocturn, cultura consumible i un toc esportiu.





Martin Parr, 1988.
Small World (Pisa)

El mundo a la vez presente y ausente que el espectáculo hace visible es el mundo de la mercancía que domina toda vivencia ⁽³⁷⁾. La mercancía supone la pérdida de lo cualitativo en los objetos que aloja y en las conductas que regula. Lo que ella desarrolla es lo cuantitativo, y sólo en lo cuantitativo puede desarrollarse ⁽³⁸⁾. El consumidor real se transforma en consumidor de ilusiones. La mercancía es la ilusión efectivamente real, y el espectáculo es su manifestación general ⁽⁴⁷⁾.

Cada mercancía determinada lucha por su cuenta, no puede reconocer a las demás, pretende imponerse en todas partes, como si fuera única ⁽⁶⁶⁾. Cada producto individual representa la esperanza de un veloz atajo para acceder por fin a la tierra prometida del consumo total. El objeto de adoración se propone a condición de ser producido en un número de ejemplares lo suficientemente elevado como para poder ser objeto de consumo masivo. El objeto que fué espectacularmente prestigioso se torna vulgar en cuanto entra en casa de un consumidor, porque en ese mismo momento entra en las casas de todos los demás consumidores. Revela entonces, su pobreza esencial, que procede de las miserables condiciones de su producción. Y para entonces ya ha aparecido otro objetivo que se ha convertido en justificación del sistema y que exige ser reconocido ⁽⁶⁹⁾.

A la ciutat de l'espectacle les mercaderies dominen la vivència quotidiana. En un constant afany de progrés mediàtic, la ciutat converteix en mercaderies els seus atributs i possessions, convertint-los en objectes d'adoració pel consum massiu.

Aquestes figures d'idealització són produïdes procurant criteris de quantitat, i competeixen entre elles pel prestigi més gran. Les mercaderies, un cop consumides pel foraster es tornen vulgars, i és aleshores quan n'apareixen de noves que reclamen el seu paper en un procés cíclic.

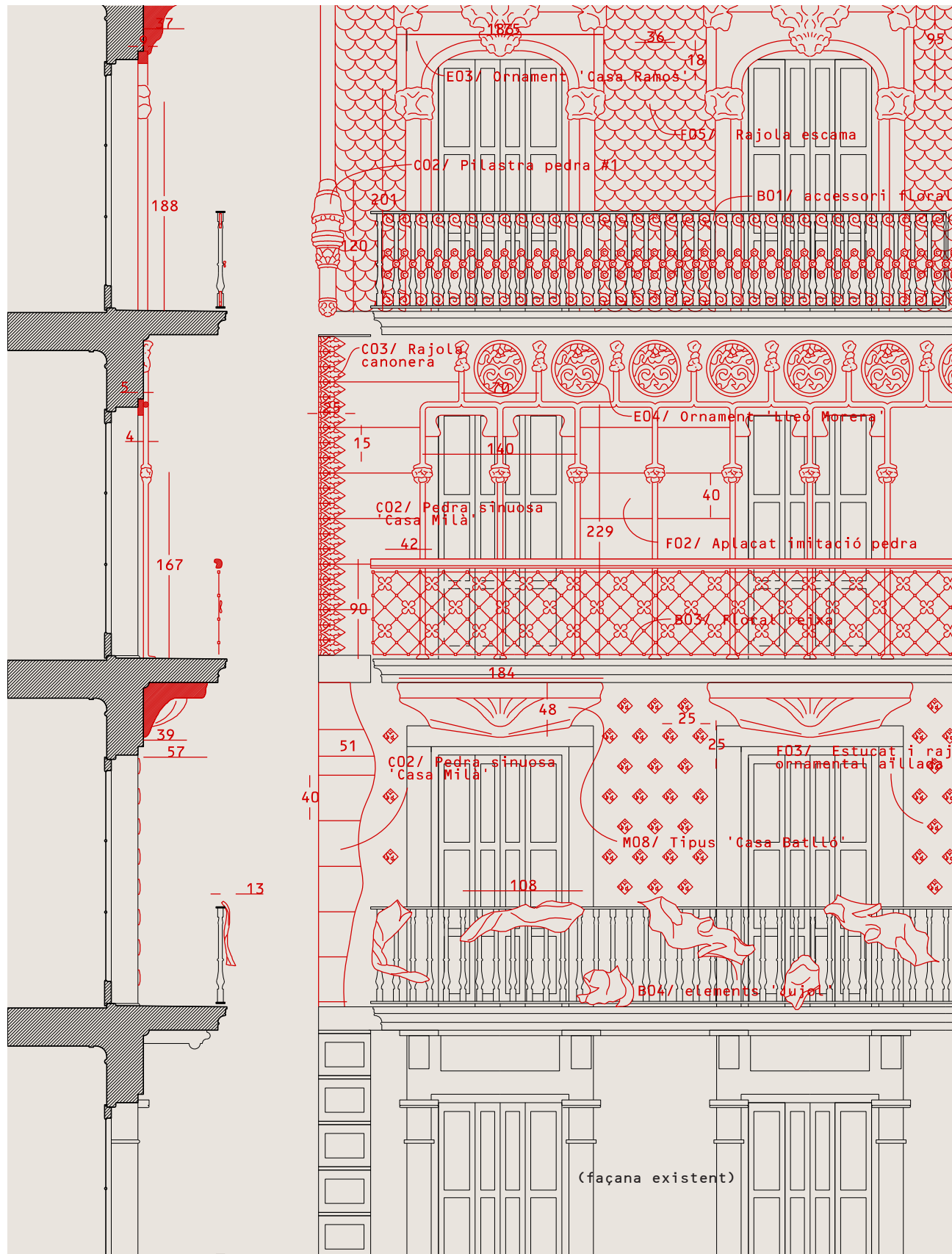


Ajuntament de Barcelona, 1985.
Campanya de comunicació per incentivar la remodelació dels edificis de la ciutat.

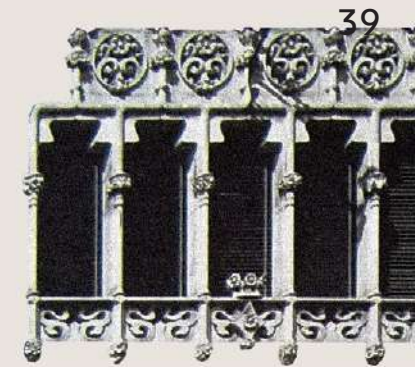
Es pot explotar el paisatge urbà per fer-lo més consumible?

La primera mercaderia arquitectònica de la marca Barcelona és l'obra del modernisme. Ho és en quant a reconeixement però no en quantitat ni presència, amb un percentatge mínim sobre del parc edificat. La ciutat és sobradament explotable, i necessita 'modernificar-se' per fer-se més seductora i consumible a simple cop de d'ull.

És factible la transformació del paisatge en una omnipresent escenografia modernista del s. XXI. Un nou pla urbanístic insta a la reformulació de les façanes dels carrers més visitats segons criteris de producció en sèrie a preu assequible, regulat per un catàleg municipal de referències.



E08/
Element ornamental modulat per finestra



E06/
Element ornamental modulat balc



E12/
Element ornamental
'Casa Ramos'



E09/ Mòdul
'Ametller'



E05/
Pòrtic 'Lleó Morera'



011/



011/
Pinacla
'Sant Pau'



B05/
Barana 'Gujol' a mida



B07/
Barana de pedra 'Lleó Morera'



008/



F07/
Rajola floral
'Sant Pau'

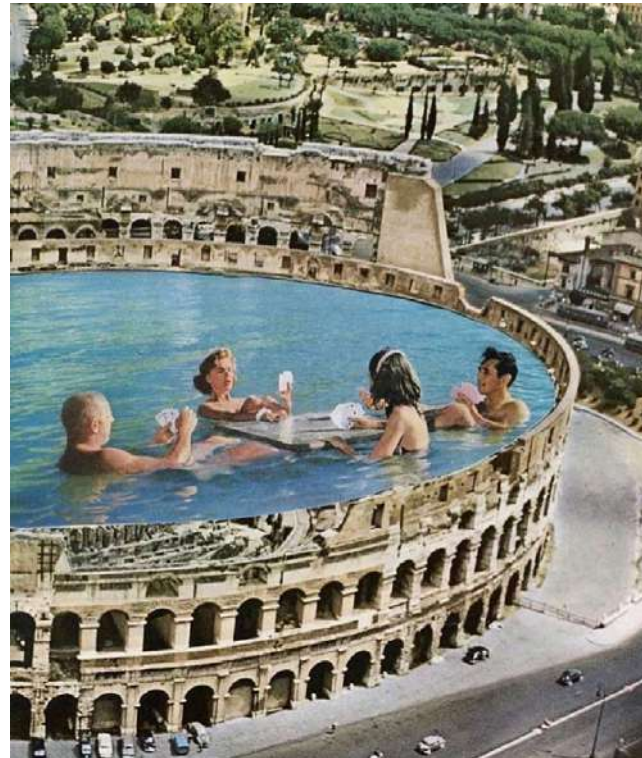


F04/
Trencadís 'Casa Batlló'



T02/
Galeria #1





Maya Land, 2019.
'When in Rome'

El tiempo de la producción, el tiempo-mercancía, es una acumulación infinita de instantes equivalentes.⁽¹⁴⁷⁾ El tiempo que se basa en la producción de mercancías consumibles es él mismo una mercancía consumible. Todo el tiempo consumible de la sociedad moderna es tratado en ella como materia prima de nuevos productos diversificados que se imponen en el mercado como usos del tiempo socialmente organizados⁽¹⁵¹⁾. Esta mercancía espectacular no puede obviamente circular más que gracias a la creciente escasez de realidades⁽¹⁵²⁾.

El tiempo seudocíclico consumible es el tiempo especular, a la vez como tiempo de consumo de imágenes en sentido restringido, y como imagen del consumo del tiempo en toda su extensión. La imagen social del consumo del tiempo está exclusivamente dominada por los momentos de ocio y vacaciones, momentos representables a distancia y postulados como deseables, como toda mercancía espectacular⁽¹⁵³⁾. El espectáculo, como organización social establecida de la parálisis de la historia y de la memoria, del abandono de la historia erigido sobre la base del propio tiempo histórico, es la falsa conciencia del tiempo⁽¹⁵⁸⁾. El mundo posee ya el sueño de un tiempo del que ha de alcanzar ahora la conciencia, para vivirlo realmente⁽¹⁶⁴⁾.

El temps és en sí mateix mercaderia consumible. A la ciutat espectacular el temps és matèria primera destinada al consum d'imatges, organitzat en productes d'ús d'aquest. Productes desitjables anestesiats que garanteixen moments de 'temps lliure', de consum recreatiu. Es basa en la producció i acumulació d'instantes equivalents de temps buit de contingut, que allunyen a l'espectador de la realitat per alinear-lo al consum espectacular.

En contrast amb l'antic temps cíclic de la societat, la ciutat avui viu un temps espectacular que és intranscendent i es basa en l'aparença. El temps es prolonga de forma contínua, permanent i irreflexiva que impossibilita qualsevol canvi.



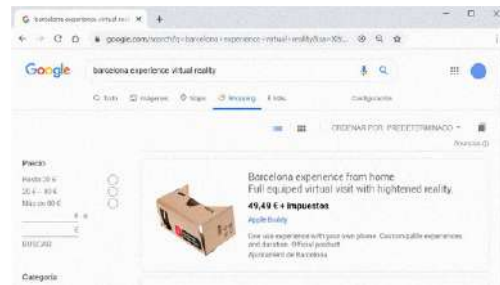
2019
Sun & See (Marina)

Com fer de Barcelona una experiència consumible a distància?

Viure l'experiència Barcelona implica el desplaçament a la ciutat i l'obligació de ser transportat a través d'ella.

És possible vendre blocs de temps totalment equipats per ser experienciats còmodament a distància. Produïda com experiència d'un sol ús i equivalent a la visita durant el temps lliure.

1. Compra del producte



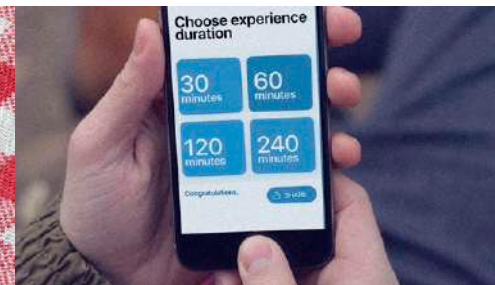
2. Rebuda del paquet



3. Ensamblatge i escaneig



4. Personalització



5. Inici experiència



00'31". Barceloneta beach with Barcelona aerial view.



09'52". Paella lunch in Casa Batlló.



33'47". 'Toros' bullfight at the Camp Nou stadium



46'23". Tablao flamenco in Sagrada Família



53'04". Magical fountain spectacle





Alex Prager, 2019
Welcome Home (Play the wind)

La producción capitalista ha unificado el espacio. (...) Esta unificación es un proceso a la vez extensivo e intensivo de banalización. La acumulación de mercancías producidas en serie para el espacio abstracto del mercado tuvo que disolver las cualidades y la autonomía de los lugares. Esta potencia de homogeneización es la artillería pesada que ha derrumbado la muralla china ⁽¹⁶⁵⁾. Desde ese momento, el espacio libre de la mercancía se modifica y se reconstruye a cada instante, para hacerse cada vez más idéntico a sí mismo para alcanzar más perfectamente su monotonía inmóvil. ⁽¹⁶⁶⁾. Esta sociedad, que suprime la distancia geográfica, concentra una distancia interior a modo de separación espectacular ⁽¹⁶⁷⁾.

Al ser un subproducto de la circulación de mercancías, la circulación humana considerada como consumo, el turismo, remite fundamentalmente al ocio que consiste en visitar aquello que se ha vuelto banal. La modernización no ha extinguido únicamente el tiempo de los viajes, les ha hurtado también la realidad del espacio ⁽¹⁶⁸⁾. El movimiento general de aislamiento, que es la realidad del urbanismo en cuanto individuos, debe mantenerles aislados y juntos (...) El aislamiento está habitado por imágenes dominantes, imágenes que sólo adquieren su pleno poder gracias a ese aislamiento ⁽¹⁷²⁾.

La pressió espectacular a Barcelona ha provocat l'homogeneització de la ciutat, mitjançant la producció de mercaderies a favor de l'espai abstracte. El territori perd les seves qualitats i autonomia i es modifica per tornar-se més idèntic a ell mateix, en una voluntat de perfeccionament de l'aparença com si fos un decorat. La realitat de l'espai s'ha esgotat a favor de les figuracions dominants en extensió.

Com una mercaderia més, els visitants són transportats per la ciutat per contemplar excepcionalitats banalitzades. Aquestes fites del paisatge urbà han estat apartades de la realitat del lloc en què s'erigeixen per ser enaltides patrimonialment.

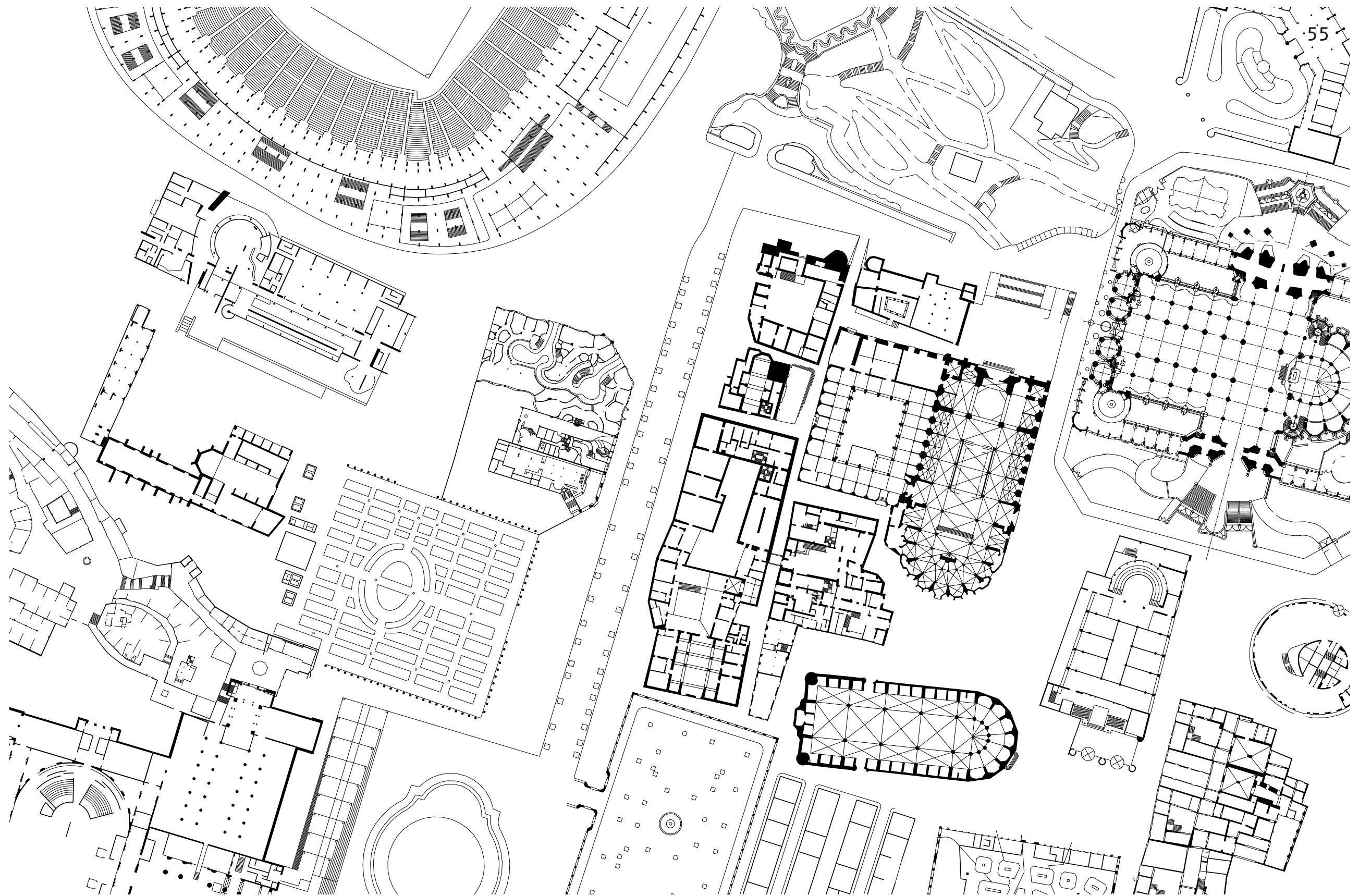


Ed. Escudo de Oro,
Cartell Barcelona turística.

Quina és la ciutat ideal sense el que no s'ha de veure?

Les fites que brillen al plànol de Barcelona estan fragmentades dins el territori urbà sense interès, obligant a travessar el que no s'ha de veure per peregrinar els espais sacralitzats.

La ciutat monumental podria ser unificada en la producció d'un espai de representació autònom. Una compilació rigorosament escollida d'estrelles de la ciutat desitjades en un únic mausoleu.





Chris Steele-Parkins, 2002.
The Vatican

La cultura inicia un movimiento de enriquecimiento imperialista que es, al mismo tiempo, el ocaso de su independencia ⁽¹⁸⁰⁾. La cultura procede de la historia, (...) y no es otra cosa que una interpretación de su perpetuación como objeto muerto de la contemplación espectacular ⁽¹⁸³⁾. El consumo espectacular, que conserva la vieja cultura como la hibernación, incluyendo la repetición desgastada de sus manifestaciones negativas, se ha convertido explícitamente, en la esfera cultural, en lo que ya era implícitamente en su totalidad: la comunicación de lo incommunicable. La función del espectáculo es hacer olvidar la historia mediante la cultura ⁽¹⁹²⁾.

La cultura íntegramente convertida en mercancía debe convertirse a su vez en la mercancía estelar de la sociedad espectacular ⁽¹⁹³⁾. Los hombres, en la realidad masiva de la vida social actual, no viven en absoluto los acontecimientos. La propia historia atormenta a la sociedad moderna como un espectro, y por ello encontramos, en todos los niveles del consumo vital, una seudohistoria construida para preservar el equilibrio inestable del actual tiempo congelado ⁽²⁰⁰⁾.

La cultura, com a valors d'una societat i de construcció intel·lectual, s'ha convertit en objecte mort de contemplació. La cultura és la mercaderia estel·lar de la ciutat, apartada de la seva naturalesa per ser explotada. Alhora s'acompanya de la construcció d'una pseudohistòria per complaure les exigències dels visitants

La ciutat espectacular sacralitza la cultura i la converteix en entreteniment trivial. Es construeixen instal·lacions destinades al culte de la cultura, necessitades de renovació constant de la seva oferta per satisfer els espectadors.

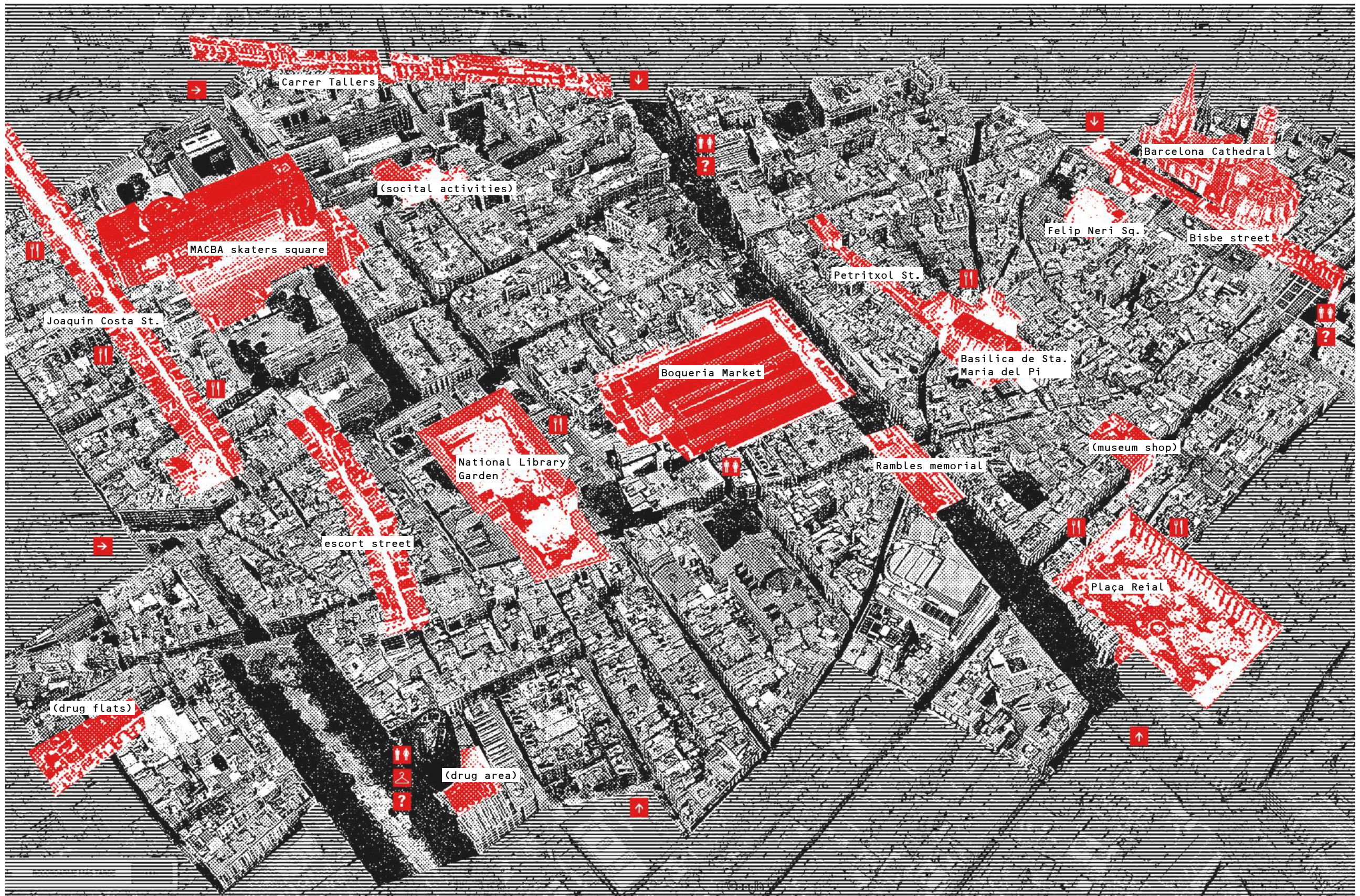


Alex Garcia
Cua al Museu Picasso

Com convertir un barri en el museu més gran del món?

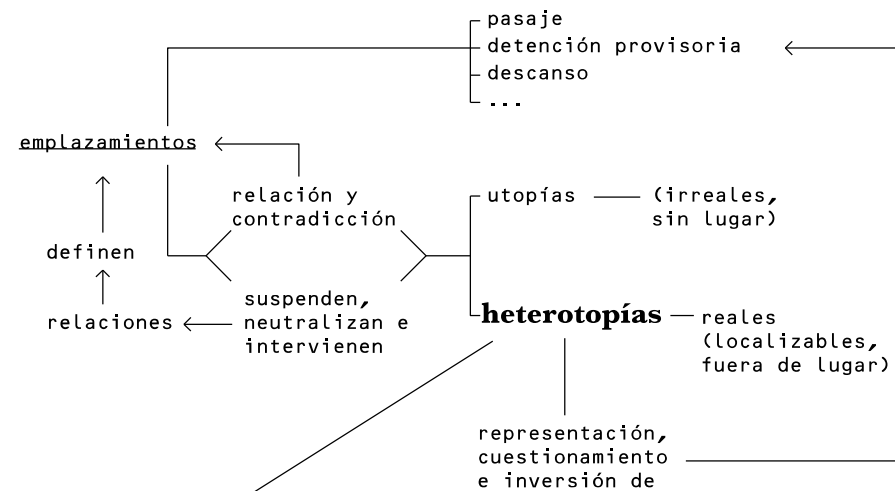
Ciutat Vella és viva i subjecte a transformació constant i pateix un risc de contaminació inassumible per la ciutat. És necessària la immediata museïtzació de tot el complex convertir-la en objecte d'admiració sense interacció ciutadana.

No només es catalogarà l'arquitectura, també activitats dels antics ciutadans i ara figurants. Haurà d'acollir exposicions itinerants d'altres centres històrics sacralitzats, tot gestionat per una indústria cultural equiparable a la farmacèutica.





marc teòric

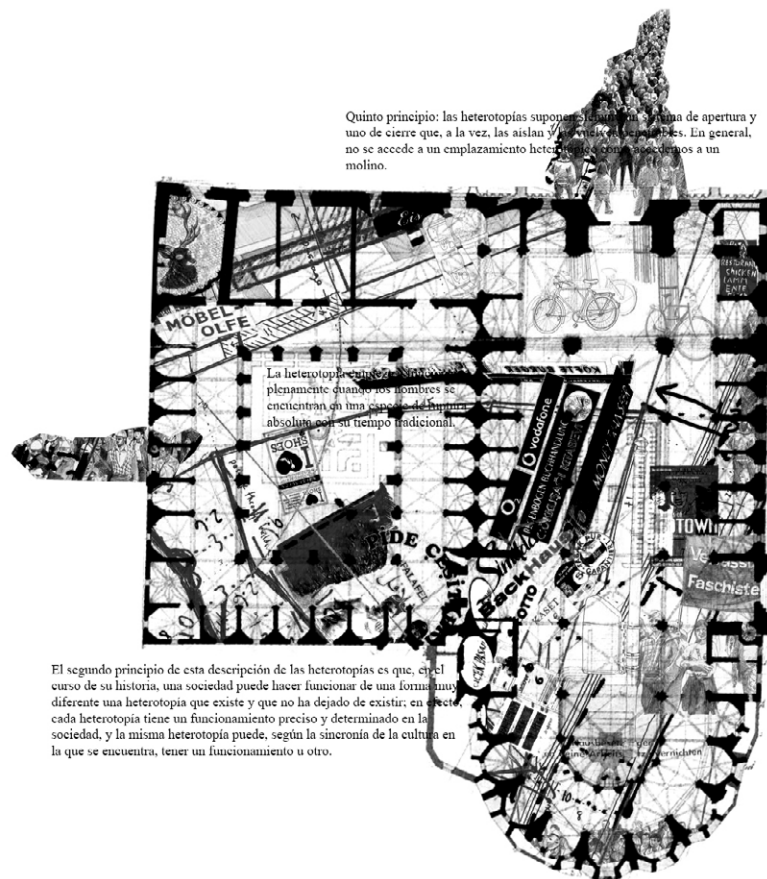


6 principios

- Existen en todas las culturas y en diversas formas de crisis (mili/viaje de novios) de desviación (hospitales o prisiones)
- La sociedad puede cambiar su funcionamiento. (cementerio)
- Puede yuxtaponer en un lugar múltiples espacios (teatro/cien) (jardín antiguo)
- Encapsulan discontinuidades o intensidades temporales acumulación de tiempo (museos o bibliotecas) del tiempo pasajero (ferias/ciudades veraniego)
- Presupone un sistema de abertura y cierra (prisión) (hammam)
- Son función respecto el espacio restante de ilusión (prostíbulos) de compensación (colonias)

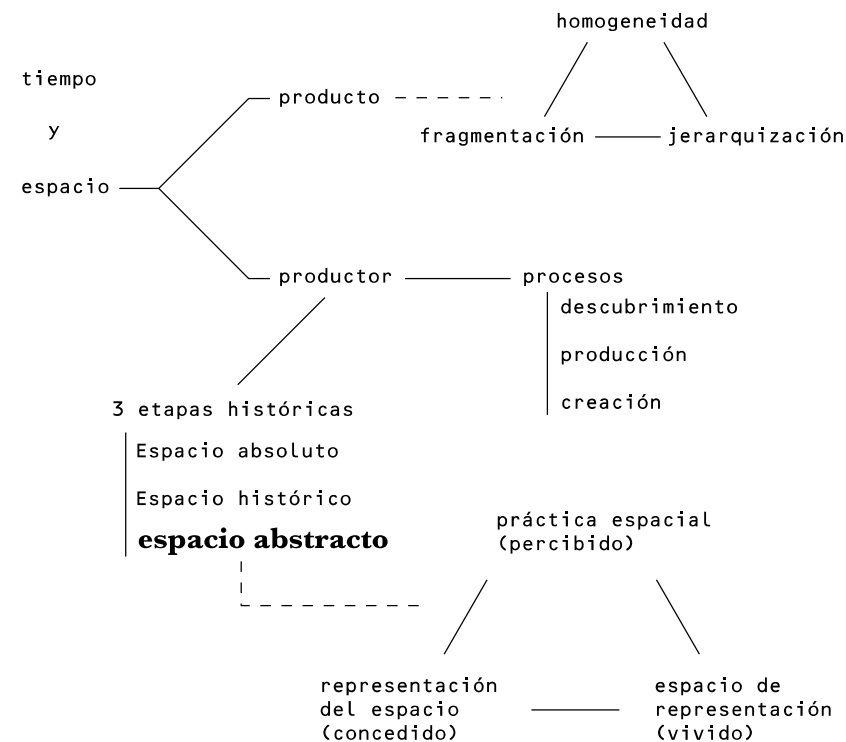
El 1967 l'aleshores jove pensador Michel Foucault pronuncia una conferència a París titulada 'Des espaces autres', publicada posteriorment. El filòsof hi feia una reflexió sobre l'espai (i el temps) a la contemporaneïtat de les juxtaposicions. La tesi principal sosté que els emplaçaments es defineixen per relacions entre punts o elements. Foucault defineix, a banda dels emplaçaments comuns (passatge, lleure, descans...), un interès pels que tenen la propietat d'estar en relació i contraposició amb altres emplaçaments. Dels quals se'n podrien definir dos tipus: utopies i heterotopies, on la primera s'exclou en tant que irreal i sense lloc.

Les heterotopies, 'llocs altres', són emplaçaments reals i localitzables tot i estar fora de qualsevol lloc. Aquests són la representació, qüestionament i inversió dels emplaçaments comuns. Fa servir com exemple un mirall, quelcom real, a partir del qual un es descobreix absent sobre el seu lloc, i a través d'aquesta mirada pot reconstruir-se allà on és. Per descriure les heterotopies enuncia sis principis i una difosa classificació amb alguns exemples. Les heterotopies existeixen a totes les cultures, tot i que la societat pot canviar-ne el funcionament. Treballen la sobreposició espacial, la temporalitat, els processos d'accés i la relació amb la societat.



El text pot servir per observar i analitzar actuals formacions d'espais de la Barcelona turística. En ell podem trobar les característiques ja descrites per Foucault: la juxtaposició de significats, la ruptura del temps tradicional, els espais il·lusoris, rituals de purificació, llocs d'acumulació, espais de transitorietat... Un dels exemples d'heterotopia de Barcelona pot ser la Catedral i el claustre, emplaçament icònic de la ciutat i lloc de peregrinació cada any de milions de visitants.

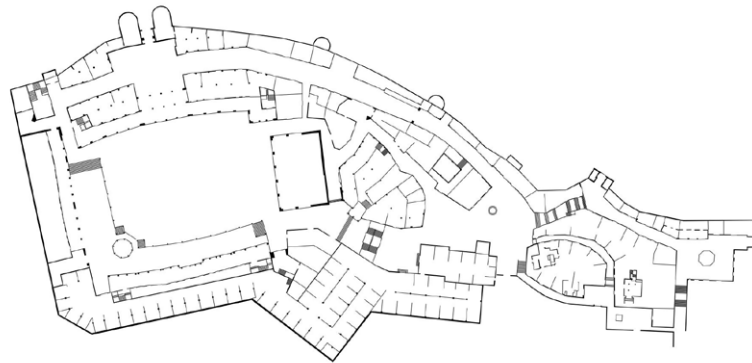
L'emplaçament ha adquirit, com el Cementiri al text, un significat diferent en l'actualitat, passant de lloc de culte religiós a culte turístic. També és capaç de juxtaposar en un mateix lloc real múltiples emplaçaments: espai sagrat, espai museïficat i espai comerç. Alhora és una 'heterocronia de paralització del temps' al seu interior (res canvia) i com a emplaçament buit mentre és visitat, a l'espera del pròxim esdeveniment religiós. El mateix emplaçament requereix un ritual d'obertura, fer cua i pagar l'entrada, i un de sortida, passar per la botiga i sortir pel claustre. La podem identificar també com heterotopia de compensació, on el visitant encapsulat fora la ciutat és regulat per una circulació i sincronització estricta.



El 1974 el filòsof i sociòleg francès Henri Lefébvre conclou 'La production de l'espace', on aporta una complexa reflexió sobre l'espai urbà. Amb el pensament de Marx com a punt de partida, planteja l'obra com una dialèctica per desxifrar els processos urbans a la modernitat: un estudi de la gènesi de l'espai (social) a través i per l'espai produït per entreveure les possibilitats del futur.

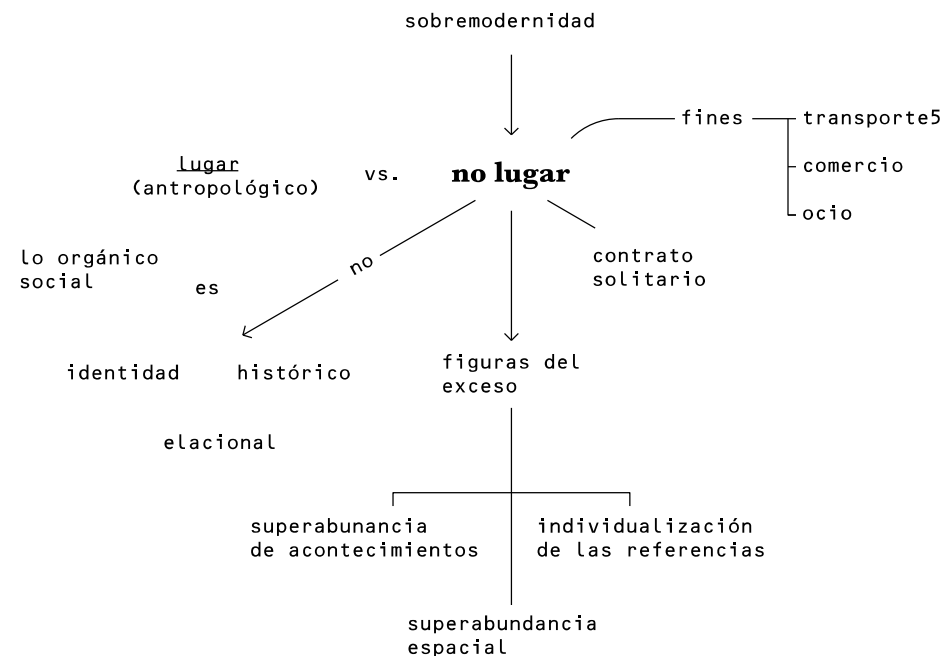
Per Lefébvre cada societat produeix espai, el seu propi. L'espai és un producte social, fruit de les determinades relacions de producció que es donen a cada moment, així com el resultat de l'acumulació d'un procés històric materialitzat en una determinada forma al territori. A la postmodernitat es produeix una trialectica de tres esferes: Pràctiques espaials (el percebut, la quotidianitat dels usuaris), Representacions de l'espai (el concebut, la planificació i producció dels tecnòcrates) i Espais de representació (la vivència, la història passada).

La ciutat és un producte històric, fruit de relacions entre grups socials, i se'n poden identificar diverses etapes de producció de l'espai: l'espai absolut, l'espai històric i l'espai abstracte (el contemporani), en contraposició del qual ell proposa un espai diferencial.



L'obra de Lefevre pot ser un instrument per analitzar els processos i els espais de la Barcelona turística des d'una perspectiva sociològica que relaciona l'aspecte físic, mental i social de la producció de l'espai. Els valors històrics del lloc atrauen, entre d'altres, els visitants que experimenten una pràctica espacial dins de la producció abstracta.

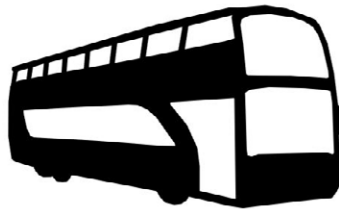
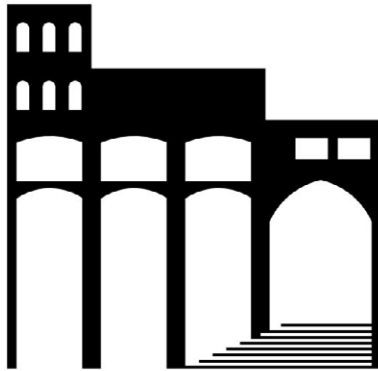
L'imaginari de la ciutat, els seus símbols i imatges, és objecte de desig de visitants que pretenen apropiarse dels Espais de Representació per consumir-los. Els planificadors s'alineen en la producció d'espais abstractes i estímuls visuals prefabricats, convertint els llocs de vivència en Representacions de l'espai. L'experimentació de la ciutat i les necessitats materials com l'allotjament, avituallament i transport dels usuaris es poden definir per la pràctica espacial.



El 1992 l'antropòleg francès Marc Augé escriu 'Non-lieux', on defineix uns nous espais de confluència anònims sorgits a la sobremodernitat com espais en moviment, en transit. Espais que porten a la individualitat sense lloc per les relacions personals, on els usuaris hi perden la personalitat. Aquests desplacen el lloc antropològic, fix i estable, seu d'identitat i subjectivitat tradicional. L'autor defensa l'existència de dues realitats: l'encreuament dels llocs i no-llocs i la relació dels individus que mantenen amb aquests espais.

A la tesi, Augé defineix tres figures dels excessos del món contemporani. La superabundància d'esdeveniments descriu una acceleració històrica que suplanta els esdeveniments banalitzats per un excés d'informació. La superabundància espacial explica com la societat de l'inmediateza promou el sentiment d'espai infinit i distàncies escurçades. La individualització de les referències fa al·lusió a l'individu allunyat de la socialització, on la 'media' promou la solitud i passivitat substituint les relacions agenes per sons i imatges.

En aquesta línia, Rem Koolhaas analitzaria a 'Generic City' (1997) el procés de homogeneització de les ciutats i descriuria a 'Junkspace' (2002) el producte construït de la modernització com espai brossa; homogeni, atemporal i mancat d'identitat.



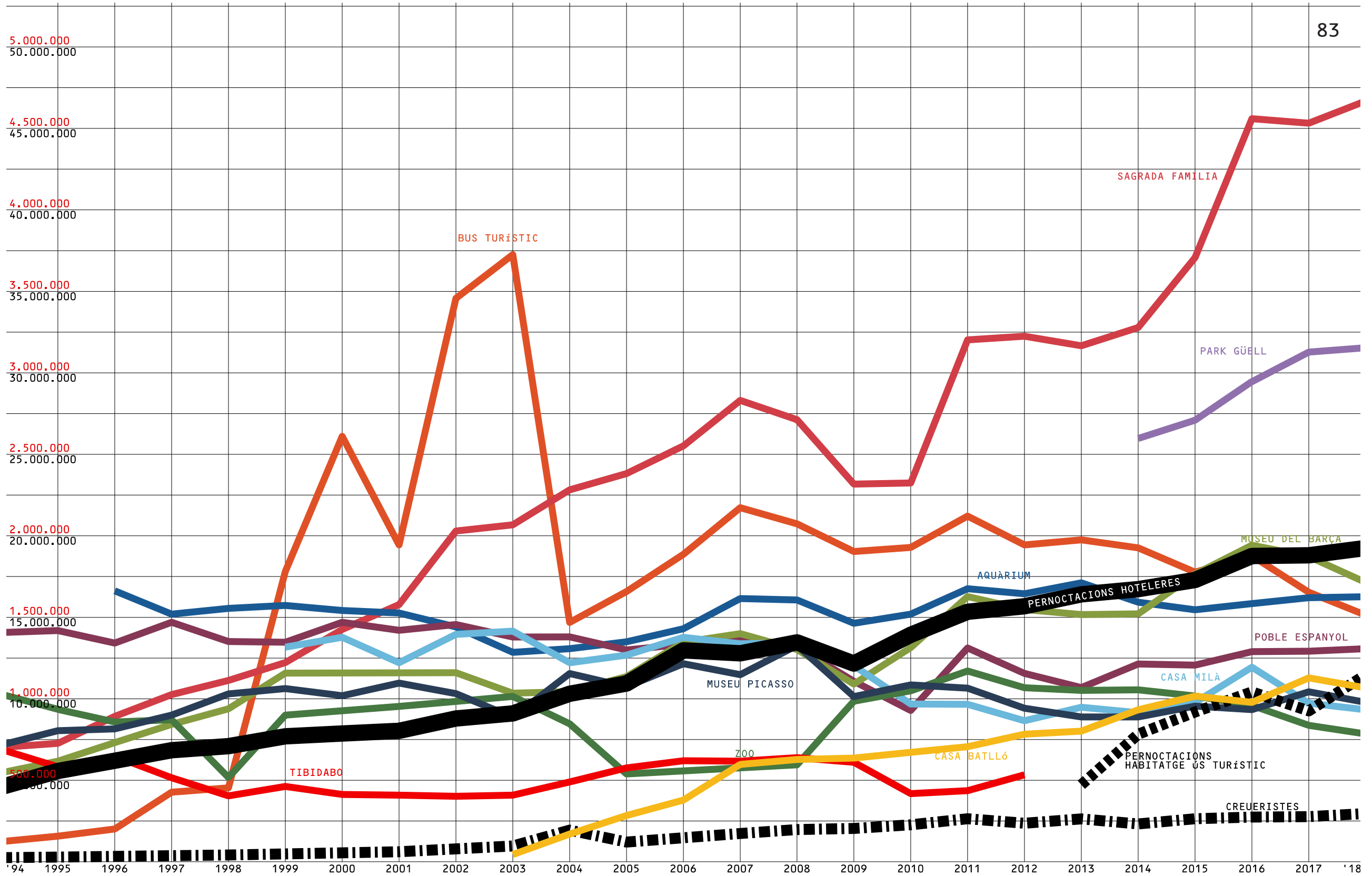
El text d'Augé és una reflexió sobre l'identitat de les ciutats europees, on el no lloc troba la seva màxima expressió en els espais de l'espectacle, doncs basen en la circulació, la comunicació i el consum el seu model de funcionament. Parafrasejant a Augé, el passatger dels no llocs només troba la seva identitat al control fronterer o al registre de l'acomodament. El seu recorregut a través dels no-llocs regeix amb horaris els itineraris que evoquen només a la vivència del present, sense més història que la llegida o explicada.

Tot i no entrar als paràmetres originals del text, es pot fer un exercici de traslació dels excessos d'Augé a la ciutat de l'espectacle: Un museu d'història pot ser paradigma de superabundancia d'esdeveniments, on s'assumeix la història com petits períodes de temps que hom exigeix comprendre i dotar-los de sentit a través d'una sobreinformació. Exemple de superabundancia espacial és el plànol turístic, escurçant esquemàticament la distància entre les imatges de les fites donant una sensació d'indmediateza espacial, mentre crea un univers de de símbols i reconeixements. La individualització de les referències es pot extrapolar al bus turístic, on s'exposa als individus a l'espectacle que se'ls escapa en una navegació solitaria i passivitzada que abstrau les relacions amb els altres i amb el lloc, substituït per imatge i so.

gènesi

	1994	1996	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010	2012	2014	2016	2018
Sagrada Família	700.000	874.865	1.092.015	1.420.087	2.024.091	2.260.661	2.542.070	2.731.690	2.317.349	3.233.526	3.260.880	4.561.848	4.661.770
Platjes de Barcelona													3.800.000
Park Güell								5.000.000	9.000.000		2.598.732	2.958.901	3.136.973
Catedral													2.500.000
Museu del Barça	538.077	729.221	927.024	1.156.090	1.168.053	1.041.820	1.344.659	1.311.102	1.311.638	1.540.584	1.530.484	1.947.014	1.730.335
Aquàrium		1.678.000	1.557.185	1.563.493	1.450.385	1.325.966	1.443.847	1.611.259	1.514.570	1.647.163	1.590.420	1.587.828	1.631.108
Poble Espanyol	1.421.396	1.361.349	1.355.296	1.478.546	1.446.246	1.389.036	1.337.596	1.321.020	936.455	1.159.042	1.236.664	1.299.376	
Casa Batlló						201.948	391.053	596.480	673.786	780.446	930.000		1.062.863
CosmoCaixa						858.139	2.008.312	2.608.985	721.337	788.176	739.649	757.245	1.045.961
Museu Picasso	711.103	822.647	1.000.368	1.026.549	1.027.836	1.154.949	1.234.454	1.330.171	1.065.388	948.869	919.814	954.895	978.483
Palau Robert											810.000	827.957	976.276
La pedrera				1.386.721	1.391.274	1.223.536	1.367.685	1.311.102	973.603	861.583	932.356	1.207.087	934.521
MNAC	91.365	101.506	96.546	368.063	433.108						718.230	820.516	891.346
CaixaFòrum				344.097	1.296.831	1.317.964	1.265.380	1.695.002	1.241.572	971.101	775.068	753.944	863.605
Castell de Montjuïc									1.371.355	1.159.042	557.639	734.460	831.210
Museu d'història Bcn	168.876	229.921	143.490	172.421	242.682	190.683	200.875	198.816			973.034	926.517	816.989
Zoo	1.025.172	874.264	474.998	930.000	992.173	860.029	608.230	588.932	1.054.885	1.080.187	1.057.118	965.292	785.992
Fundació Joan Miró	236.196	330.232	439.981	497.295	493.343	546.594	1.016.299	1.070.692					
Tibidabo	706.418	640.142	400.930	405.231	407.459	487.489	608.230	588.932	402.009	519.106			
Bus turístic	123.800	193.467	452.232	2.650.833	3.493.923	1.474.954	1.881.125	2.076.785	1.925.226	1.946.907	1.919.203	1.866.003	1.507.161
estancia mitjana*	1,69	1,99	1,81	2,37	2,33	2,13	1,88	1,81	1,83	1,99	3,15	2,94	2,49
<u>turistes total</u>	<u>2.957.725</u>	<u>3.459.318</u>	<u>4.555.758</u>	<u>3.848.733</u>	<u>4.565.645</u>	<u>6.780.992</u>	<u>8.446.354</u>	<u>9.598.044</u>	<u>10.006.500</u>	<u>10.403.747</u>	<u>11.059.008</u>	<u>13.552.307</u>	<u>16.108.999</u>
turistes allotjats	2.783.887	3.181.994	4.089.490	3.276.162	3.730.986	4.759.587	7.039.175	7.528.393	7.658.524	7.995.113	8.694.716	10.868.713	13.067.036
turistes sense allotjar (creuers)	173.838	277.324	466.268	572.571	834.659	2.021.405	1.407.179	2.069.651	2.347.976	2.408.634	2.364.292	2.683.594	3.041.963
pernoctacions total	4.704.681	6.341.381	7.400.337	7.777.580	8.694.770	10.148.238	13.198.982	13.620.347	14.047.396	15.931.932	27.366.877	32.000.997	32.571.513
<u>visitant-dia</u>	<u>4.878.519</u>	<u>6.618.705</u>	<u>7.866.605</u>	<u>8.350.151</u>	<u>9.529.429</u>	<u>12.169.643</u>	<u>14.606.161</u>	<u>15.689.998</u>	<u>16.395.372</u>	<u>18.340.566</u>	<u>29.731.169</u>	<u>34.684.591</u>	<u>35.613.476</u>
turistes hotels	2.663.887	3.061.994	3.969.490	3.141.162	3.580.986	4.549.587	6.709.175	7.108.393	7.133.524	7.440.113	7.874.941	9.065.650	9.117.474
pernoctacions hotels	4.704.681	6.341.381	7.400.337	7.777.580	8.694.770	10.148.238	13.198.982	13.620.347	14.047.396	15.931.932	17.091.852	19.162.580	19.293.683
turistes pensions i hostals	80.000	80.000	80.000	90.000	100.000	140.000	220.000	280.000	350.000	370.000	371.651	584.468	691.952
peronotacions pensions i hostals											1.031.607	1.532.538	1.610.388
turistes apartaments turístics	40.000	40.000	40.000	45.000	50.000	70.000	110.000	140.000	175.000	185.000	198.124	218.595	193.038
pernoctacions apartaments turístics											684.050	748.562	685.866
turistes habitatge ús turístic											250.000	1.000.000	3.064.572
pernoctacions habitatge ús turístic											8.559.368	10.557.317	10.981.576
passatgers creuers	173.838	277.324	466.268	572.571	834.659	2.021.405	1.407.179	2.069.651	2.347.976	2.408.634	2.364.292	2.683.594	3.041.963
persones un dia d'Agost*	16.367	22.205	26.391	28.013	31.970	40.827	49.001	52.637	55.004	61.530	99.743	116.361	119.477

*Dades: Anuaris estadístics de Barcelona (1994-2018); Observatori del turisme, Informe de l'activitat turística (2013-2018)



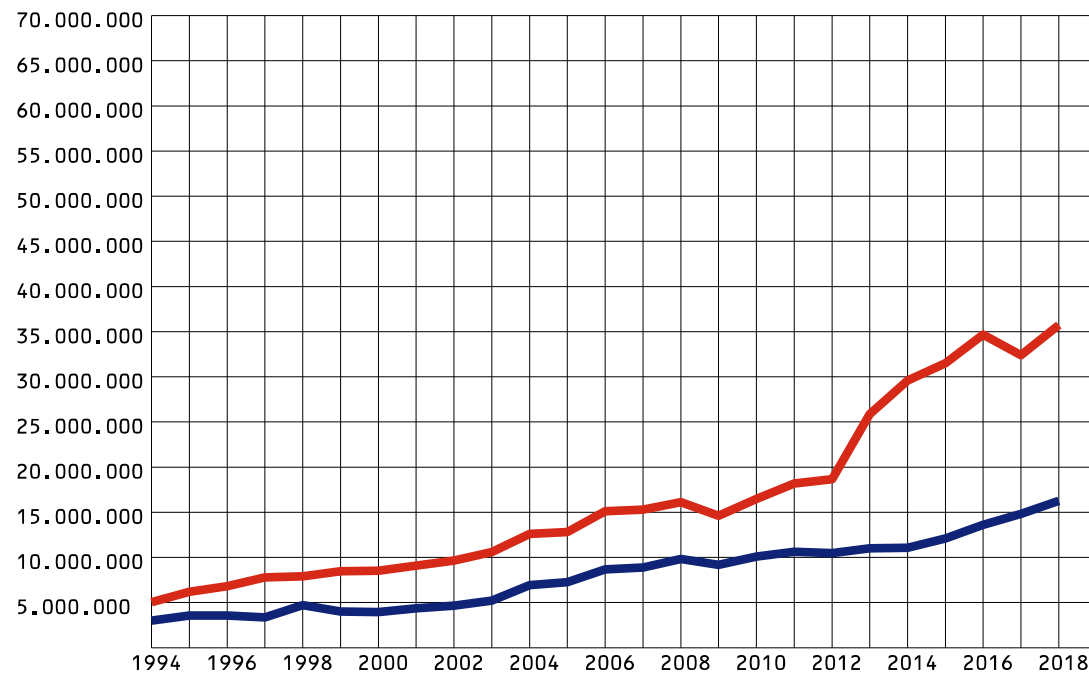
*Dades: Anuaris estadístics de Barcelona (1994-2018); Observatori del turisme, Informe de l'activitat turística (2013-2018)

Les olimpíades del '92 van portar 3M de visitants, el Fòrum del 2004 7M, i l'any de la gran recessió eren 10M. Barcelona va rebre el 2018 16,1M de turistes únics en 35,6M de pernoctacions (incloent-hi els 3M de creueristes). A més a més, diversos milions d'excursionistes la visiten diàriament sense pernoctar-hi.

Els viatgers que hi dormen hi són a la ciutat 3,5 dies de mitjana, i el 50% d'ells ja han visitat la ciutat anteriorment. La estacionalitat de la ciutat acull de mitjana a l'agost el 10,4% dels visitants anuals, el que significa un impacte diari de 120.000 visitants als carrers. Els darrers 30 anys hi ha hagut un creixement relativament constant de turistes del 8% anual.

La capacitat d'allotjar visitants de la ciutat es divideix en 80.000 places hoteleres i 60.000 en habitatge d'ús turístic registrats. En els darrers anys, el nombre de pernoctació hotelera ha crescut menys (4%) que en habitatge turístic (11%) a pesar de les restriccions. El nombre de creueristes també s'incrementa sota la mitjana (4%).

Des del 2014, l'estança mitjana es redueix constantment a ritme de 3h/visita cada any.

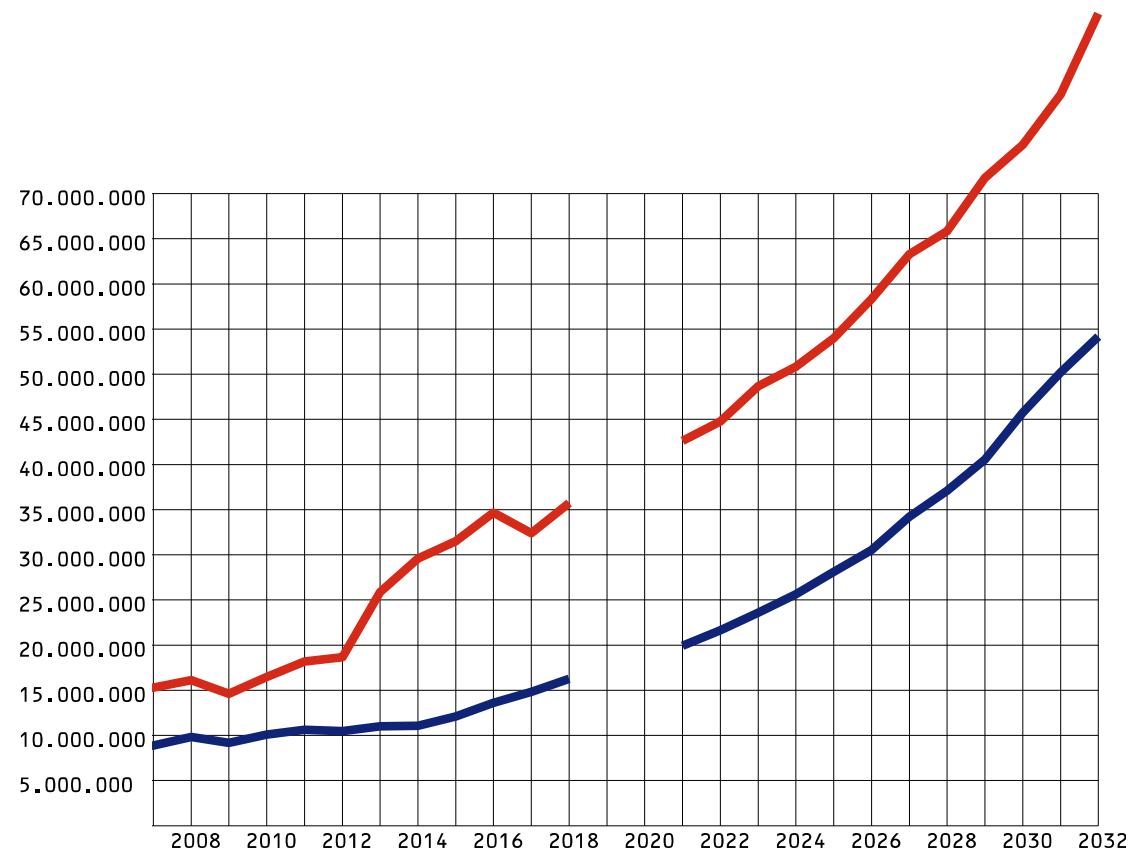


*Dades: Anuaris estadístics de Barcelona (1994-2018)

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032
--	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

ESPECULACIÓ VISITATS I PERNOCTACIONS

estancia mitjana*	***	2,37	2,32	2,26	2,20	2,13	2,06	1,98	1,90	1,82	1,74	1,65	1,56
turistes total	*.***.***	19.898.674	21.501.853	23.323.880	25.402.170	27.780.942	30.512.479	33.658.622	37.292.539	41.500.830	46.386.015	52.069.498	58.695.074
turistes allotjats	*.***.***	16.457.367	17.916.104	19.587.627	21.509.094	23.724.462	26.285.736	29.254.470	32.703.532	36.719.208	41.403.694	46.878.054	53.285.729
turistes sense allotjar (creuers)	***.***	3.441.307	3.585.749	3.736.254	3.893.075	4.056.480	4.226.742	4.404.152	4.589.007	4.781.622	4.982.321	5.191.444	5.409.345
pernoctacions total	*.***.***	39.055.105	41.589.911	44.342.617	47.334.831	50.590.425	54.135.778	58.000.038	62.215.427	66.817.562	71.845.825	77.343.763	83.359.533
visitant-dia	*.***.***	42.496.412	45.175.660	48.078.870	51.227.906	54.646.905	58.362.520	62.404.190	66.804.434	71.599.184	76.828.146	82.535.207	88.768.878
turistes hotels	***.***	10.109.595	10.463.738	10.830.286	11.209.674	11.602.353	12.008.787	12.429.459	12.864.867	13.315.528	13.781.975	14.264.762	14.764.462
pernoctacions hotels	*.***.***	21.259.478	21.958.285	22.680.061	23.425.563	24.195.570	24.990.888	25.812.347	26.660.808	27.537.159	28.442.316	29.377.225	30.342.865
turistes pensions i hostals	**.*.***	1.010.822	1.146.940	1.301.388	1.476.635	1.675.480	1.901.103	2.157.107	2.447.586	2.777.181	3.151.159	3.575.498	4.056.979
peronotacions pensions i hostals	***.***	2.255.633	2.523.758	2.823.755	3.159.412	3.534.969	3.955.168	4.425.315	4.951.348	5.539.911	6.198.436	6.935.238	7.759.624
turistes apartaments turístics	**.*.***	196.292	197.389	198.492	199.601	200.716	201.838	202.966	204.100	205.240	206.387	207.540	208.700
pernoctacions apartaments turístics	**.*.***	730.357	745.819	761.609	777.734	794.199	811.014	828.184	845.717	863.622	881.906	900.578	919.644
turistes habitatge ús turístic	***.***	5.140.658	6.108.038	7.257.461	8.623.184	10.245.912	12.174.009	14.464.938	17.186.979	20.421.259	24.264.173	28.830.254	34.255.588
pernoctacions habitatge ús turístic	*.***.***	14.809.638	16.362.049	18.077.191	19.972.121	22.065.687	24.378.709	26.934.192	29.757.553	32.876.870	36.323.168	40.130.722	44.337.400
passatgers creuers	***.***	3.441.307	3.585.749	3.736.254	3.893.075	4.056.480	4.226.742	4.404.152	4.589.007	4.781.622	4.982.321	5.191.444	5.409.345
persones un dia d'Agost*	**.*.***	142.569	151.557	161.297	171.861	183.332	195.797	209.356	224.118	240.204	257.746	276.892	297.805



*Dades: Anuaris estadístics de Barcelona (1994-2018)
Especulació de l'autor.

A través de l'encreuament immediat d'aquestes dades, sense atendre factors globals, es pot prolongar la tendència i especular següent escenari:

L'any 2032 Barcelona acull 53M de turistes, en un total de 97M de pernoctacions, triplicant les dades del 2018 en només catorze anys. El nombre de creueristes es duplicaria fins als 5,5M anuals.

L'estança mitjana es redueix a poc més de dos dies (2,4), amb una estacionalitat relativament constant. L'impacte sobre la ciutat es tradueix en 298.000 persones diàriament a la ciutat, el triple que el 2018.

La capacitat d'allotjar visitants haurà de mutar per allotjar el doble de visitants en habitacions hoteleres i fins a quatre vegades més en habitatge d'ús turístic. Si es formalitzen només la meitat d'aquestes 180.000 potencials places noves, significaria l'equivalent a desallotjar tota la població del districte de Ciutat Vella.



desenLaç



Christoph Morlinghaus, 2016
Superlatives

La primera meitat del s.XXI pot significar la consolidació de les ciutats com la meca del turisme de masses en una societat globalitzada que viatja cada vegada més. Barcelona segueix una tendència multiplicadora de l'afluència i segurament s'haurà d'assumir el canvi de paradigma. La ciutat ha de ser capaç de mutar sense negar el fenomen per fer compatible l'exploració forastera i la vida ciutadana.

El turisme és un fenomen cultural, polític i social en què tots estem implicats. La identitat de la ciutat és un agent més en la construcció social, on el turisme no és un agent contra la identitat de Barcelona, sinó un element més d'aquesta identitat. El turisme contribueix a crear-la i difondre-la, on els turistes formen part del paisatge urbà, una peça més de la realitat.

El nou context global de la ciutat de l'espectacle transforma el perfil de l'escenari turístic a més impassible, transitori i intranscendent. El nou paradigma requereix una estructura especulativa per satisfer les noves necessitats dels visitants. Un espai d'identitat d'un fenomen consumidor d'identitat com una re-inversió de la realitat. Lloc de confluència alhora on la ciutadania prengui consciència de la banalització del fenomen turístic en el seu punt culminant i se'n pugui beneficiar aprofitant-se del seu potencial.



Alex Prager, 2013
Crowd #3 (Bob Hope Airport)

Un potencial escenari de col.lapse requereix una estructura urbana com a contra-resposta: Una proposta que pretén l'equilibri entre la ciutat viscuda i la ciutat visitada a través de la densitat. Un complex de concentració d'activitat projectat per donar la millor garantia de satisfacció i entreteniment d'usuaris i consumidors.

Ha de ser emplaçament d'encreuament d'interessos i situacions de visitants i ciutadans en oposició i compatibilitat. Permetre la superposició i simultaneïtat d'accions i programa dins d'un espai interior en relació escèptica sobre l'entorn. Un volum entès com una massa densa i flexible sense límit interior; una arquitectura especulativa que reverteixi sobre les estructures urbanes i socials a compte dels consumidors foranis.

És proposta heterotòpica quant a emplaçament realitzat però fora de lloc, amb relació a d'altres de la ciutat. El plantejament qüestiona i inverteix els emplaçaments comuns mentre juxtaposa múltiples escenaris i és funció respecte de l'espai restant. La proposta és producció espacial fruit de la relació entre visitant-ciutat-ciudadà, a través de la condensació dels 'espais de representació' de Lefebvre en una concepció practicada pels usuaris.



A la Barcelona espectacular les imatges són consumides voraçment en la recerca de noves. Els instants de consum, buits i equivalents, es basen en la vivència irreflexiva d'aparences. El territori s'ha convertit en decorats autònoms per ser contemplats, i la cultura també ha estat explotada i allunyada de la seva naturalesa per convertir-se en entreteniment.

Aquest nou escenari insòlit requereix una reflexió sobre les futures exigències dels visitants i la seva relació amb la ciutat i la ciutadania. La nova infraestructura ha de donar servei de transport, allotjament, avituallament i entreteniment al turista espectacular. Alhora, l'estructura ha de poder mutar al ritme de la ciutat en funció dels requisits estacionaris, i sincronitzar la relació visitant-visitat en una compatibilitat d'usos.

Tots els requeriments que la ciutat pot oferir al visitant comú han d'aparèixer de manera concentrada i multiplicada per satisfer-lo sobradament. El visitant gaudirà en una arquitectura genèrica d'una infraestructura de transport especialitzada, allotjament i restauració exclusius, centres d'oci i consum competitius, i espais pel consum de cultura, arquitectura i identitat realistes.



2019
Réplica itinerant de la Capella Sixtina construïda a Mèxic

El turisme es basa en la selecció, promoció i explotació d'uns elements per ser mostrats com a característics d'un lloc. El visitant va a la recerca d'autenticitat alhora que d'excepcionalitat, en un cas que pot resultar paradoxal. Freqüentment, per maximitzar el rendiment d'una imatge o element, es perverteix la singularitat original d'un tret per convertir-la en mercaderia consumible en massa. Aquesta perversió no és perjudicial en el judici visitant, que agraeix les facilitats de consum prestades.

A la Ciutat de l'espectacle la rèplica és un mitjà idoni per potenciar l'aprofitament d'un recurs i augmentar-ne el confort de la seva utilització en benefici del visitant. La reproducció modificada segons les necessitats permet convertir un espai exterior en interior, canviar-ne les proporcions o juxtaposar heterogènies. És possible imaginar una condensació d'experiències espacials en volums contigus inimaginables fins aleshores, augmentant l'experienciabilitat del visitant més enllà de la sòbria realitat que esperava reconèixer. Alhora, aquest exercici proxenètic pot preservar en el temps el lloc original o mantenir-lo pel seu ús originari.



300.000 km/s, 2018.
 Estudi del paisatge nocturn de Barcelona.
 En groc i vermell la mobilitat i l'aforament viari. En
 blau el patrimoni.

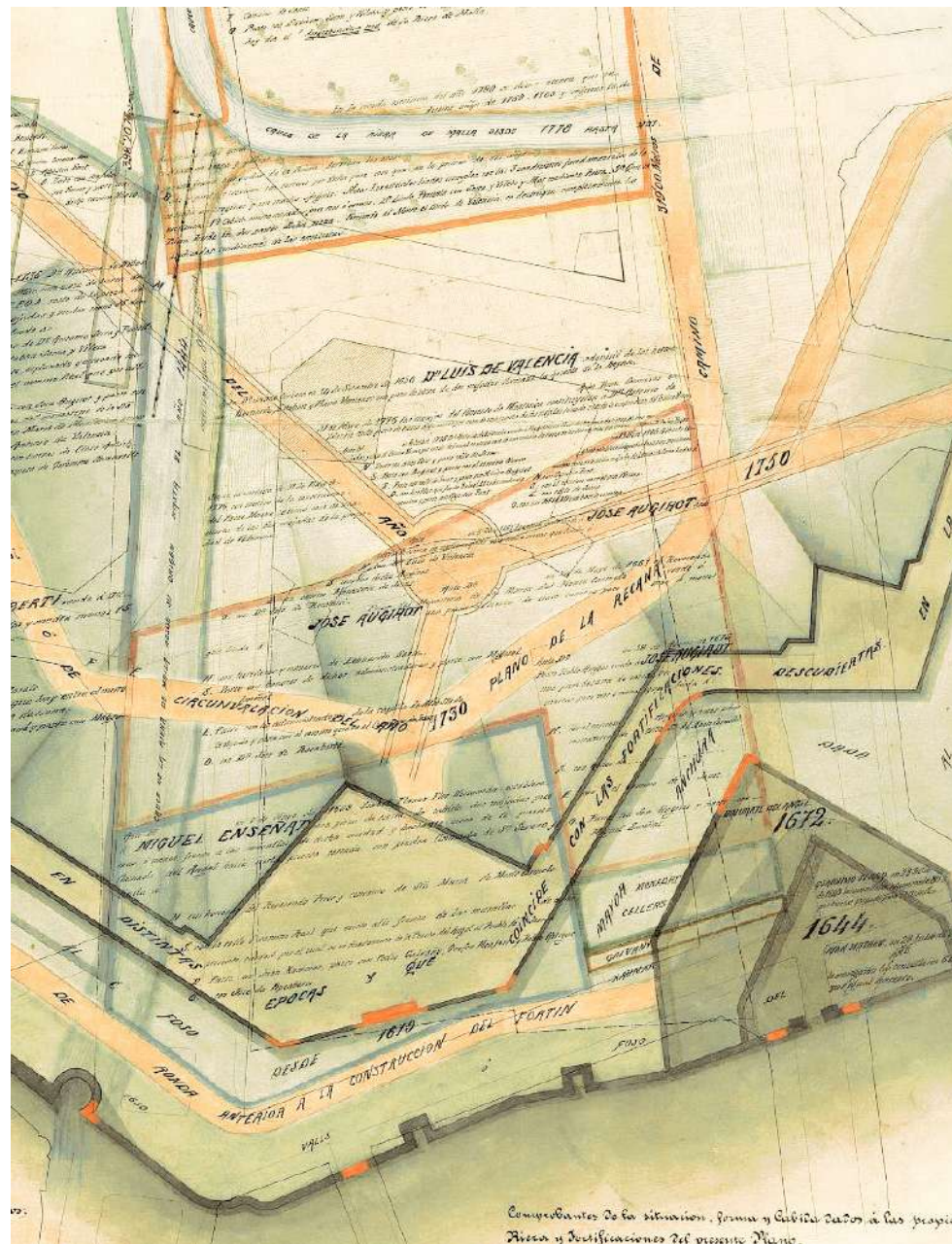
Augé descrivia com a la sobremodernitat han aparegut uns nous espais que no són identitaris, històrics o relacionals. Són llocs anònims de trànsit de persones fruit dels excessos del moment. A Barcelona existeix un no-lloc per excel·lència com a síntesi de circulació i comunicació. És lloc genèric i superficial en el seu dia a dia, un centre buidat que descriuria Barthes que només interpel·la els visitants que hi busquen el significat: Plaça Catalunya.

L'aparent actual centre de la ciutat, inexistent fa 150 anys, és la superposició de projectes no sempre afortunats. La urbanització monumental ha acompanyat la substitució de teatres, cafès i habitatges per seus emblemàtiques de bancs i centres comercials. Actualment és lloc sense relacions, sense contactes, aliè al context urbà proper, on la breu interacció humana s'ha automatitzat i el poc que hi queda d'identitat local són les efímeres manifestacions.

Per tant, és l'emplaçament idoni per convertir un no-lloc en lloc, d'identitat d'aquesta identitat negada de la ciutat. Significa la renúncia de la ciutat a un lloc que mai ha estat seu per reafirmar-lo en un canvi de paradigma.



enplaçament



Pere Falqués, 1896.
Plànol de la Plaça de Catalunya de 1444 a 1896.

A principis del s.XIX la ciutat medieval s'ofegava dins les muralles i feia de la Rambla lloc on fer-hi vida social. L'enclau de l'actual plaça era a l'exterior de la porta de l'Angel, des d'on sortia el Passeig de Gràcia, antiga riera, que comunicava la vila amb ciutat.

El 1859 es convoca un concurs d'idees pel nou eixample que guanyaria Rovira y Trias però el Ministeri de Foment imposaria el pla de Cerdà. Trias plantejaven una estructura radial des de l'actual Plaça Catalunya, concebuda com una gran esplanada central. La proposta de Cerdà és una repetició d'un mòdul estructural superant el concepte de centre. Qualsevol illa alterada pot esdevenir centre de la seva àrea d'influència.

Cerdà no contemplava una plaça en aquest punt sinó a l'encreuament dels principals eixos de la nova trama (Passeig de Gràcia i la Gran via). Aquest fet va crear molta polèmica amb l'objectiu crear un element de transició entre l'eixample i l'antiga ciutat. El 1870 es nomena Plaça Catalunya i es reclama urbanitzar la nova plaça que es consideraria el centre de la ciutat.



1888
Plaça Catalunya a l'exposició internacional:
Panormala Waterloo, casa Gibert, restaurant (la pajarera)
i Círculo Ecuestre.



Pere Falqués, 1887.
Perspectiva del Conjunt de la Plaça de Catalunya. Projecte
premiat.

Els anys anteriors a l'Exposició Internacional de 1888 s'hi construeix un panorama, un restaurant, un circ i una font, esdevenint per prmer cop lloc d'oci i d'atracció de visitants. Per entendre l'estat actual del lloc s'ha d'entendre la plaça com un procés evolutiu de diversos projectes.

Poc abans de l'Exposició es convoca un concurs que guanya Pere Falqués amb una galeria porticada de planta ovalada que inclou un edifici monumental destinat a hotel i casa de correus. La plaça es justifica per un edifici que és només façana. El projecte no es construeix i a partir de 1900 es tracen dues vies en forma de creu amb arbres plantats, de manera que la plaça es percep a partir dels edificis que la conformen.

Amb motiu de l'exposició internacional del '29 se succeeixen diverses propostes que serien els antecedents de l'estat actual. Puig i Cadafalch traça una plaça el·líptica perimetrada per arbustos que ordena les circulacions perimetrals. Per contrast, Manuel Vega proposa una construcció el·lipsoidal de galeries comercials amb una plaça coberta al centre. La dictadura porta una nova proposta el·líptica de Francesc P. de Nebot amb un templet a la part més elevada i una balustrada com a límit que aixeca la plaça. La construcció definitiva és la rectificació i simplificació d'aquest projecte per part de l'Ajuntament.



Acampada 15M, 2011



Celebració de cap d'any, 1999



Retransmissió de futbol, 2016



Manifestació contra la sentència del procés, 2019



Commemoració 25 anys dels JJ00, 2017



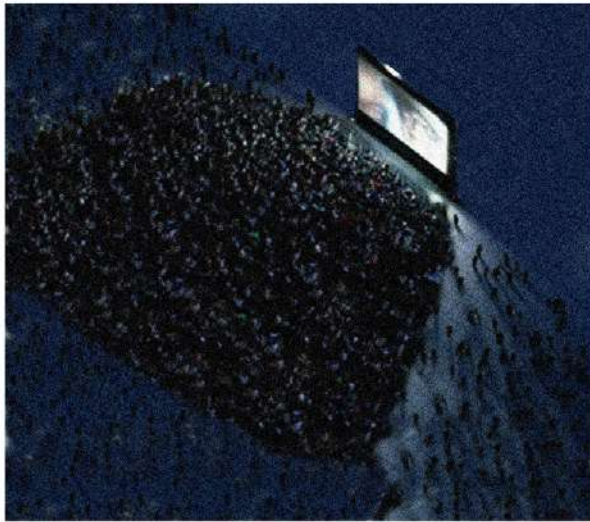
Pista de gel, 2014

La identitat de la plaça en l'actualitat roman com espai infraestructural i d'amparament d'esdeveniments efímers. La plaça cobreix una infraestructura de transport soterrada connectada anecdòticament a la cota de carrer en el perímetre, mancant un conglomerant d'usos. Tampoc l'arquitectura perimetral genera intercanvi d'activitat sobre el centre pel seu ús programàtic i per la fragmentació de l'espai públic amb l'anella de circulació rodada.

Plaça Catalunya esdevé un lloc emblemàtic de celebracions i reivindicacions esporàdiques per la seva localització i simbolisme conceptual. Esporàdicament es produeixen concentracions massives compatibles amb el flux erràtic diari de visitants en la recerca d'un punt al mapa. La morfologia abrupta del conjunt condiona aquesta pràctica amb elements superflus monumentals propis d'al·legories del passat i discontinuïtats de trànsit.

L'enclavament requereix una continuïtat urbana i l'alliberament físic per explotar-ne el potencial; una dinàmica de reafirmació i activació d'un no lloc com a tal sense pretextes.





Cinema a l'aire lliure



Esdeveniment esportiu efímer



Mercat periòdic o fira puntal



Manifestació multitudinària



Fòrum internacional o exposició exterior



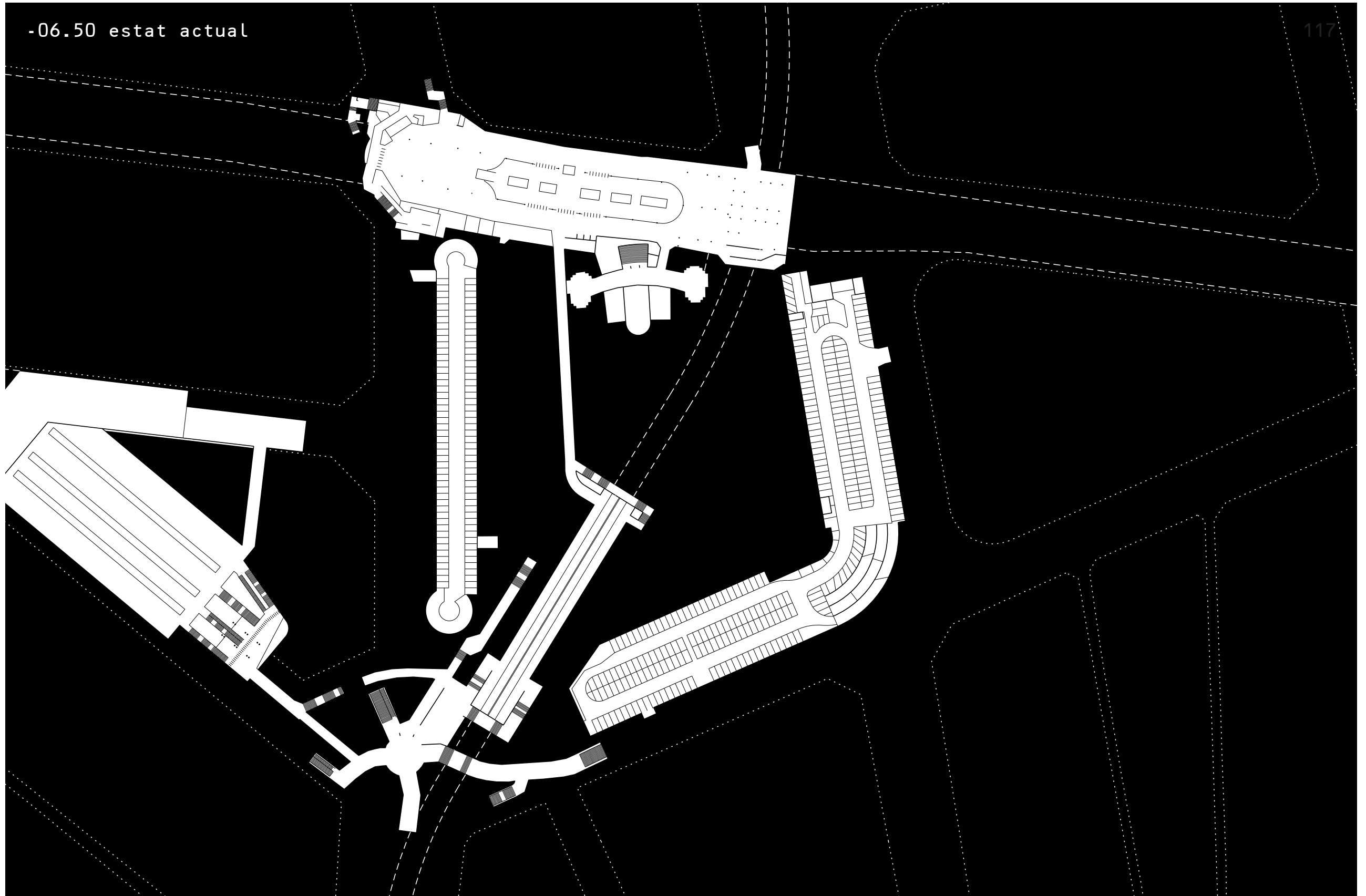
Cinema a l'aire lliure

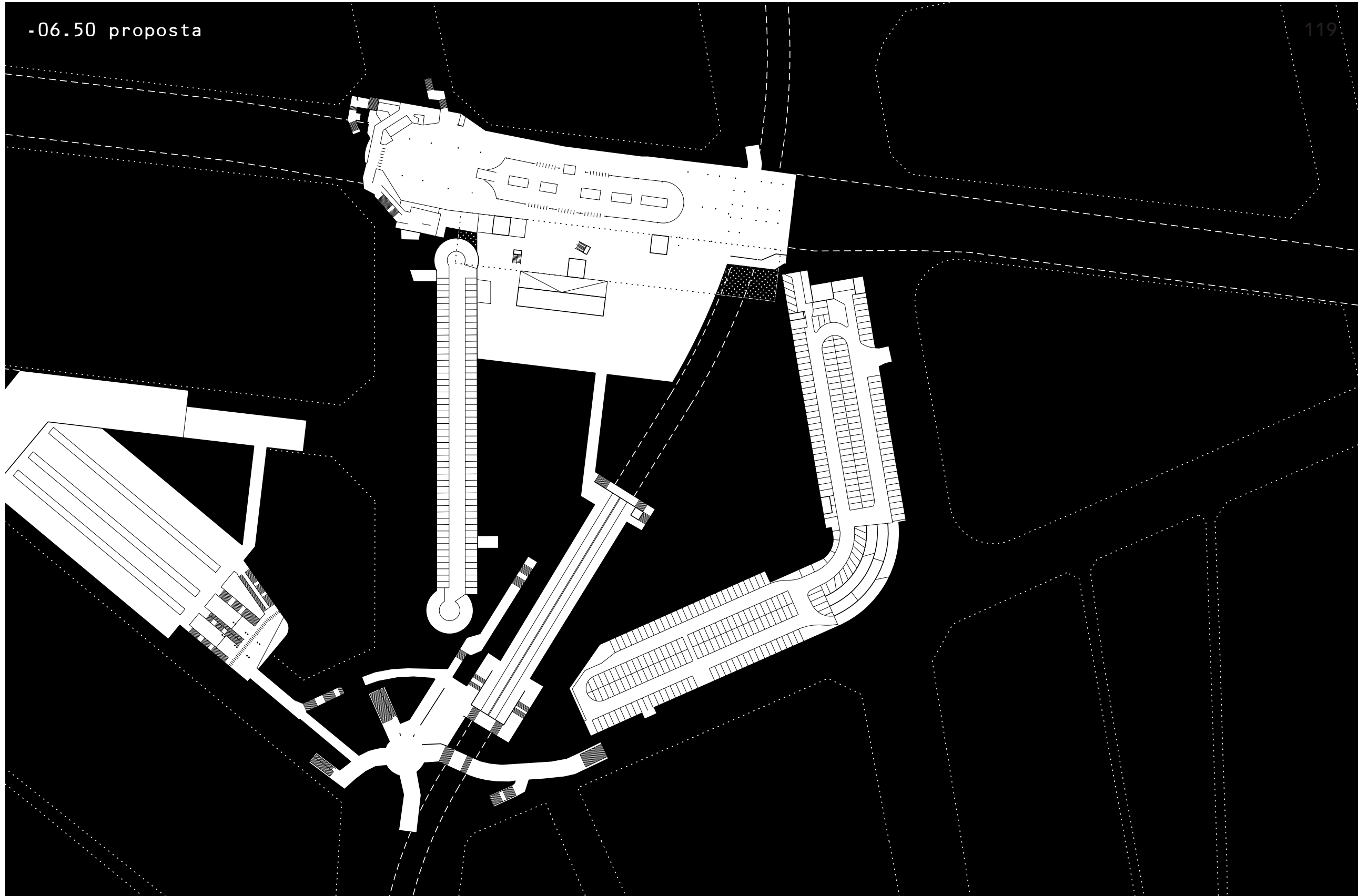
Com a resposta es planteja un gran buit en el ple del context urbà. Una catifa neutra indefinida capaç d'allotjar esdeveniments esporàdics i programar-ne de nous amb la màxima adaptabilitat. La proposta és l'expressió més simplificada d'una plaça, estenent la continuïtat urbana fins a les estructures comercials i incorporant elements que estructuren subtilment l'espai. Una làmina d'aigua i un espai de vegetació frondosa complementen un plec que connecta el món subterrani al superficial.

La urbanització del conjunt no condiciona el seu ús programàtic, convertint-se en espai servidor per usos inèdits ara possibles. Una graella equipada proveeix indeterminadament subministrament sobre tota la superfície. El projecte arquitectònic no és només físic; és complementat per una gestió programàtica que dinamitza l'esplanada.

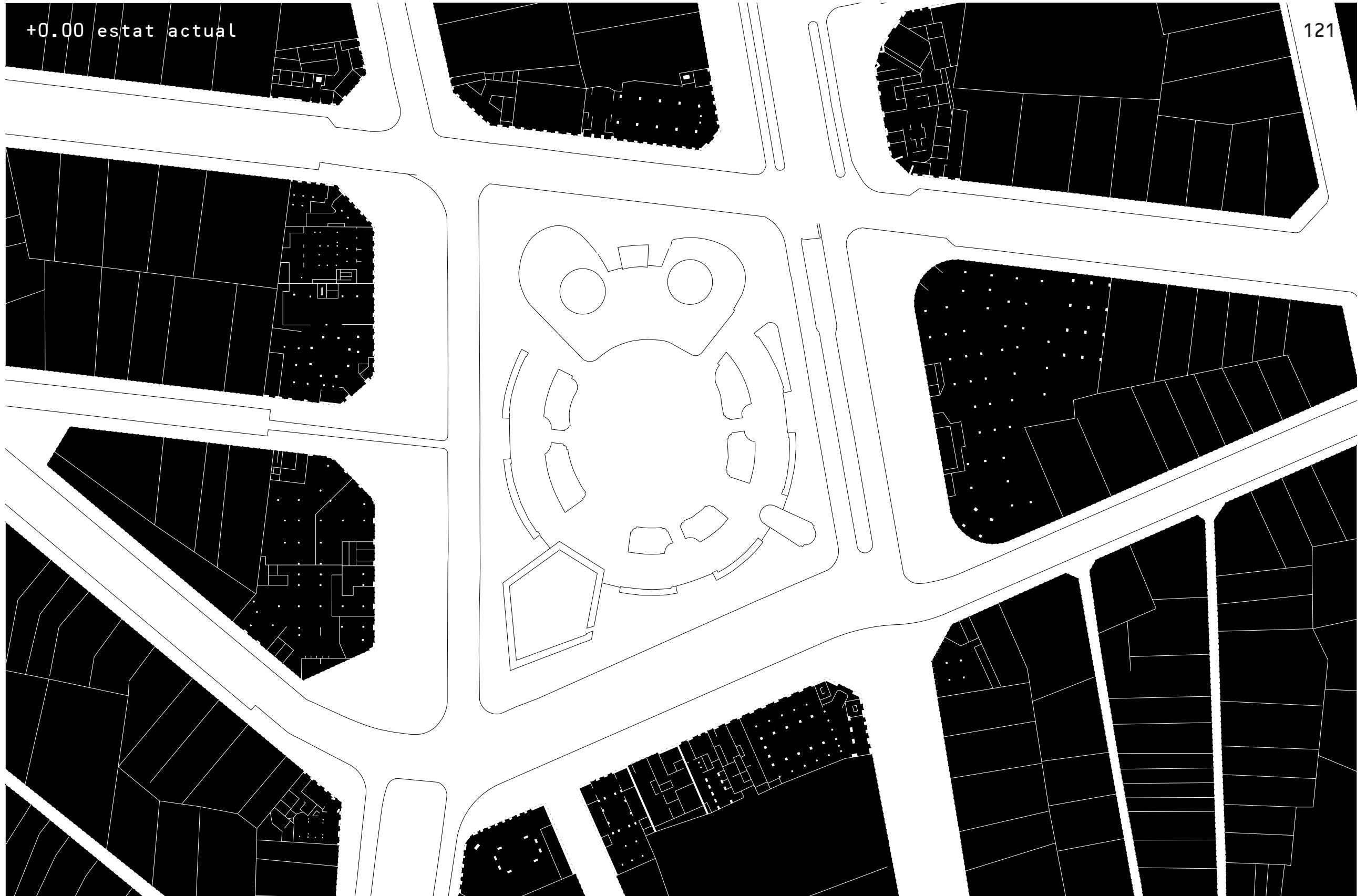
L'espai genèric plaça requereix un element que reafirmi el lloc com espai identitari, doni una referència contundent i proveeixi un ús intensiu que faci funcionar el conjunt en sincronia.





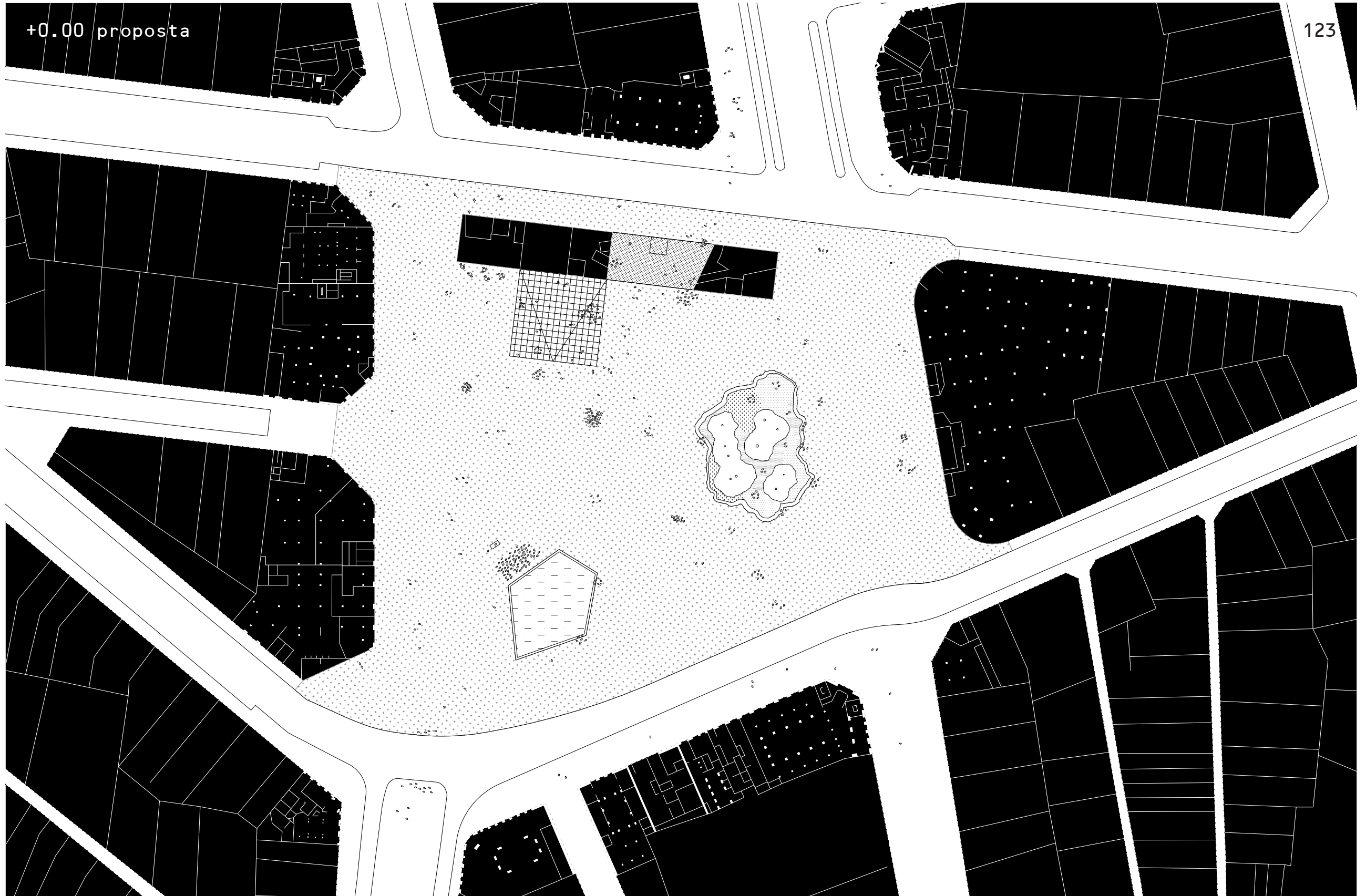


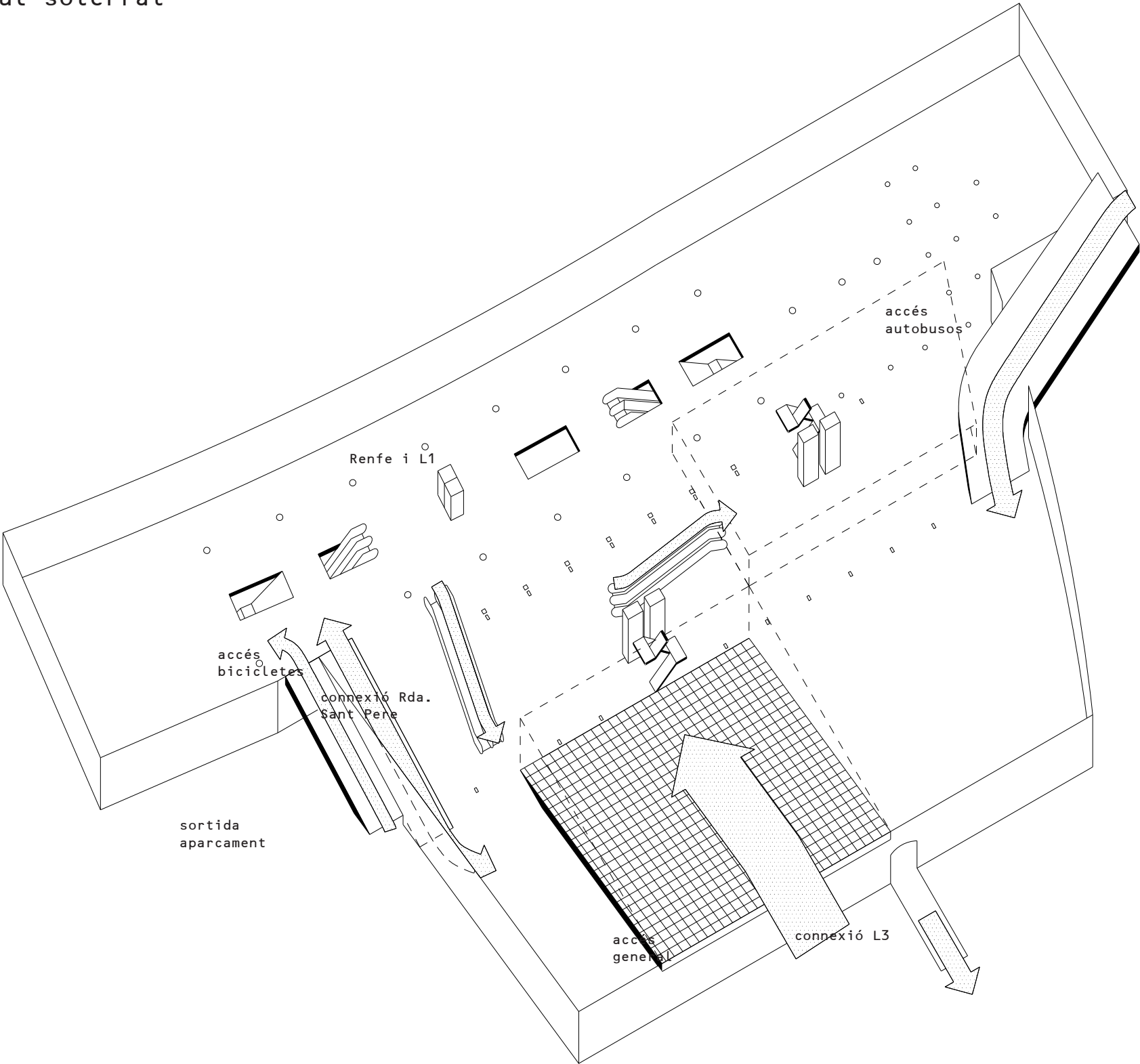
+0.00 estat actual



+0.00 proposta

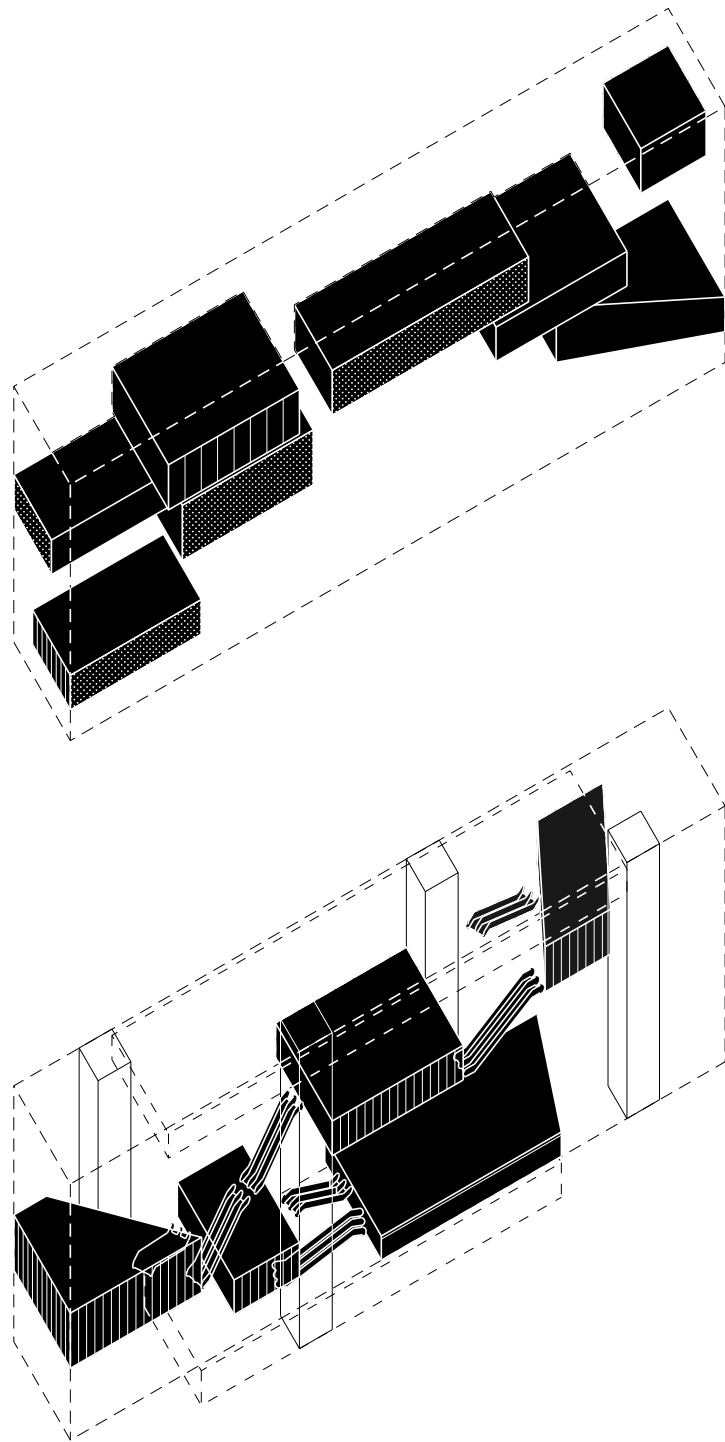
123







arquitectura



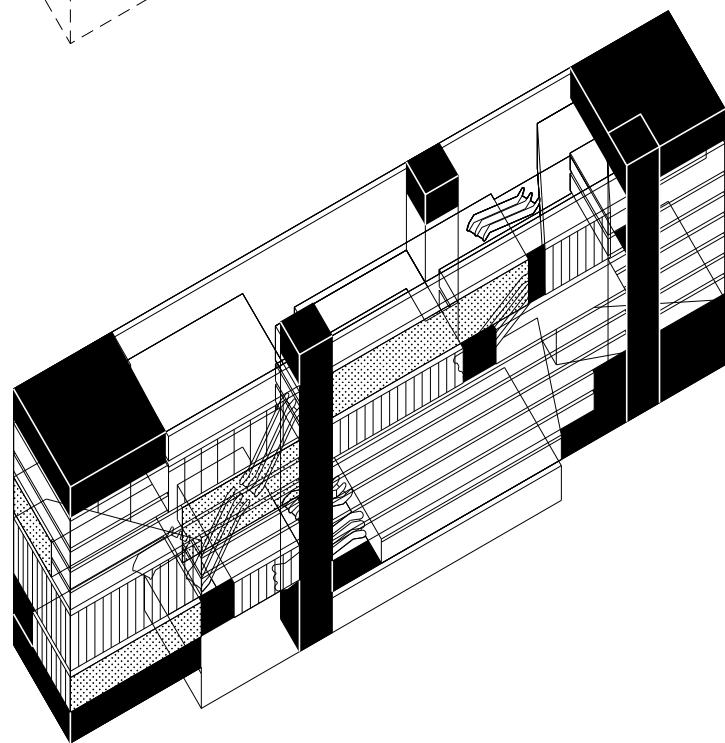
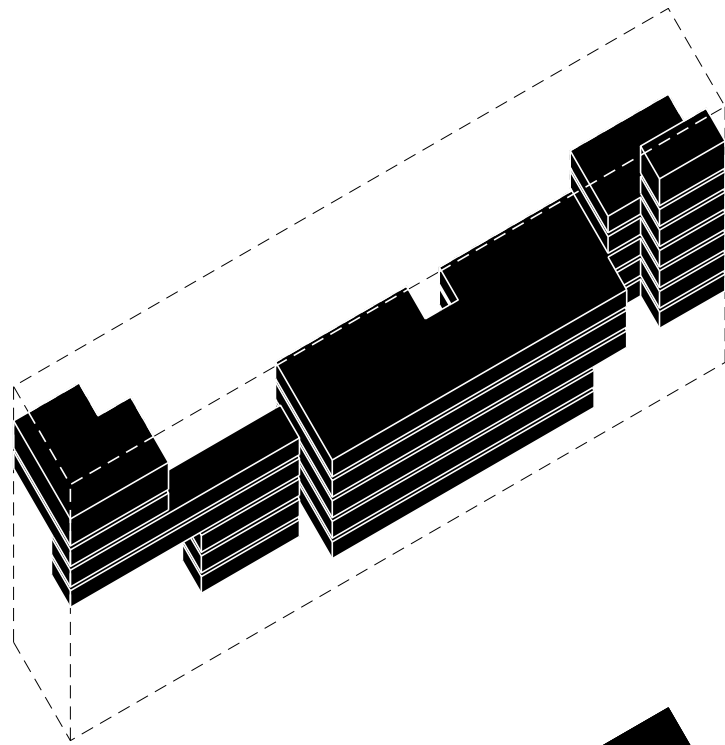
L'estructura especulativa és entesa com un bloc sòlid aglomerador de volums programàtics servits i servidors en sincronia.

Volums programàtiques

Disposats rigorosament en l'espai es conceben volums lliures definits segons els paràmetres establerts al programa. El seu caràcter únic i independent els permet col·locar-se idòniament en l'espai segons orientació, visuals, cota altimètrica, superfície o alçada lliure. Es mesuren en termes volumètrics i d'intensitat d'ús. A l'interior són espais genèrics per ser personalitzats segons el comissari de la ciutat de l'espectacle.

Buits encadenats

Discorrent la totalitat del volum es distribueix un buidatge selectiu d'espais connectats entre si per definir un recorregut conglomerant. Aquestes sales són adjacents als nuclis de circulació vertical i proveeixen accés com avant-sales dels volums programàtics. Es conceben com espais transpirables i de caràcter semi-exterior, capaços d'allotjar programes de caràcter més públic i genèric. Els buits són complementats pel foyers-infraestructura en planta soterrani i el hall mirador sota coberta.

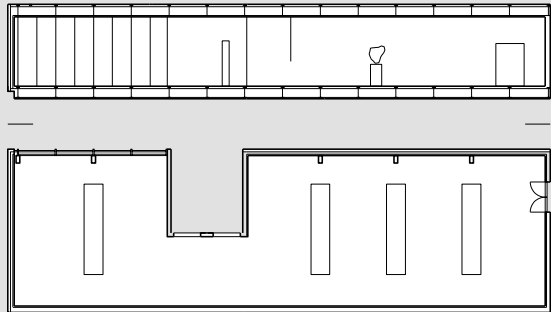


Allotjament

Per garantir un funcionament autònom i proveir des de dins el complex espectacular és imprescindible incorporar-hi allotjament en abundància. 300 places en habitacions hoteleres i 45 habitatges d'ús turístic es distribueixen segons orientacions garantint un flux de transit continu. A causa de la menor alçada requerida es conceben en forjats intermedis suspesos per una major compacticitat del volum. L'allotjament és complementat amb el programa de l'edifici pel major confort dels visitants.

Volum restant, espai servidor

El volum restant de la trilogia programàtica és concebut com l'espai servidor d'aquest. Sales de logística i instal·lacions, avantcambres, banys, cuines i magatzems fan possible el funcionament de l'artefacte fent rendible el 100% del volum construït.

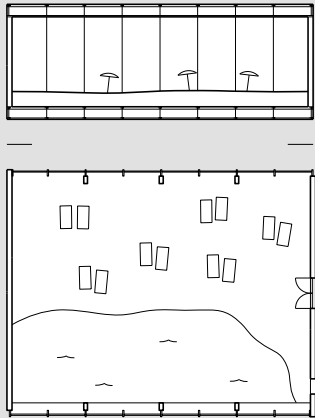


#01

Sup. útil 462m²
H. lliure 5.50m
Volume 2541m³
Cota alt. +04.90
Factor forma 0.62

S. Obertura 66
Orientació NE
S.Ob/S.Sala. 0.12

Ús preferent:
cultural-expositiu

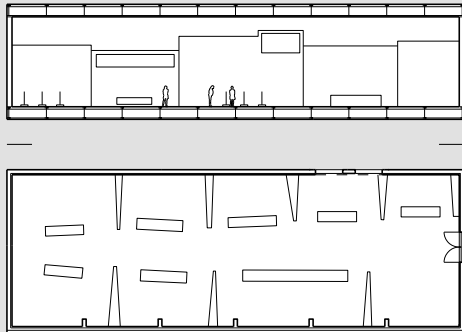


#02

Sup. útil 433m²
H. lliure 7.10m
Volume 3074m³
Cota alt. +27.60
Factor forma 0.48

S. Obertura 341m²
Orientació NE/SO
S.Ob/S.Sala. 0.79

Ús preferent:
lleure-aquatic

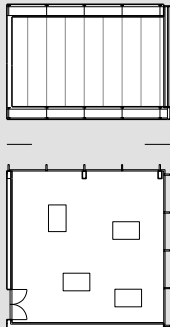


#03

Sup. útil 426m²
H. lliure 7.10m
Volume 3025m³
Cota alt. +27.60
Factor forma 0.51

S. Obertura 0m²
Orientació -
S.Ob/S.Sala. 0

Ús preferent:
comercial

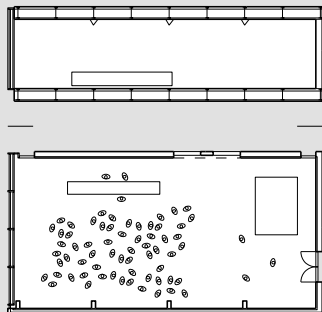


#04

Sup. útil 145m²
H. lliure 7.10m
Volume 1030m³
Cota alt. +27.60
Factor forma 0.61

S. Obertura 140m²
Orientació N
S.Ob/S.Sala. 1.18

Ús preferent:
cultural-activitat

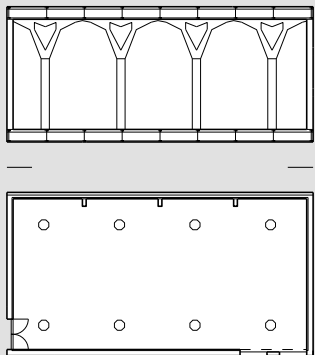


#05

Sup. útil 286m²
H. lliure 7.10m
Volume 1573m³
Cota alt. +04.90
Factor forma 0.62

S. Obertura 66
Orientació SE
S.Ob/S.Sala. 0.23

Ús preferent:
oci-nocturn

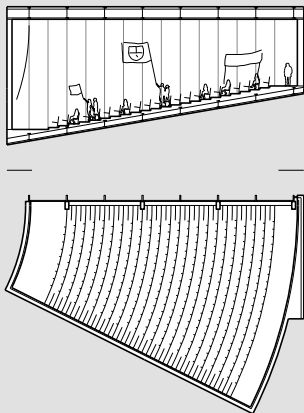


#06

Sup. útil 278m²
H. lliure 5.50m
Volume 2433m³
Cota alt. +21.100
Factor forma 0.49

S. Obertura 0
Orientació -
S.Ob/S.Sala. 0

Ús preferent:
cultural-répliques

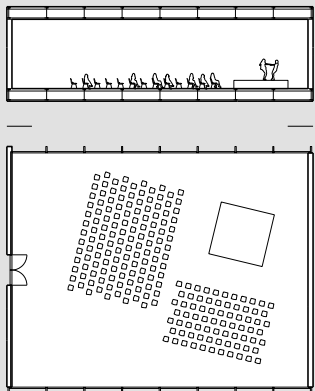


#07

Sup. útil 253m²
H. lliure 8.7-5.3m
Volume 1771m³
Cota alt. +01.60
Factor forma 0.55

S. Obertura 160
Orientació NE
S.Ob/S.Sala. 0.63

Ús preferent:
oci/entreteniment-
retransmissions esportives

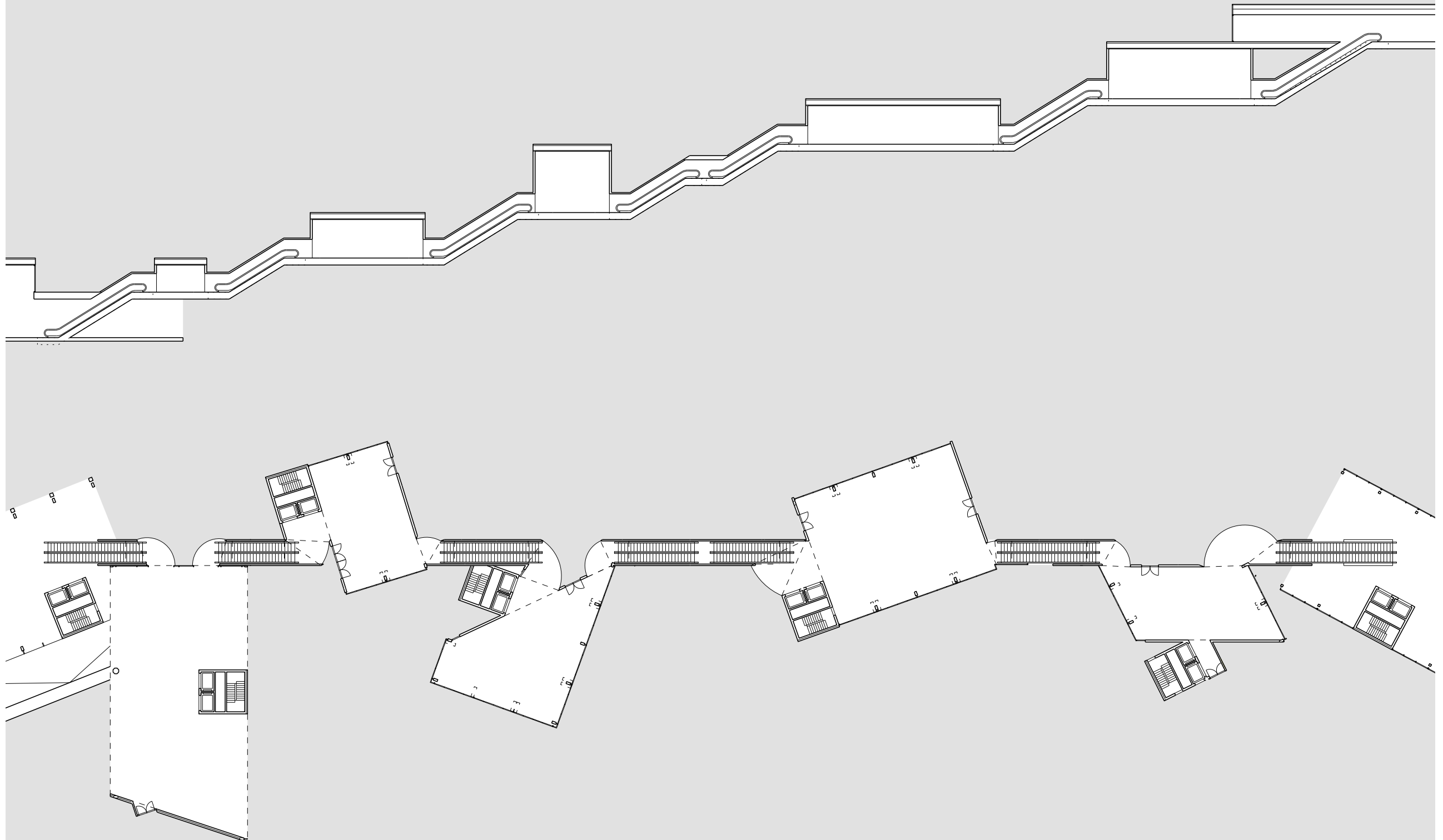


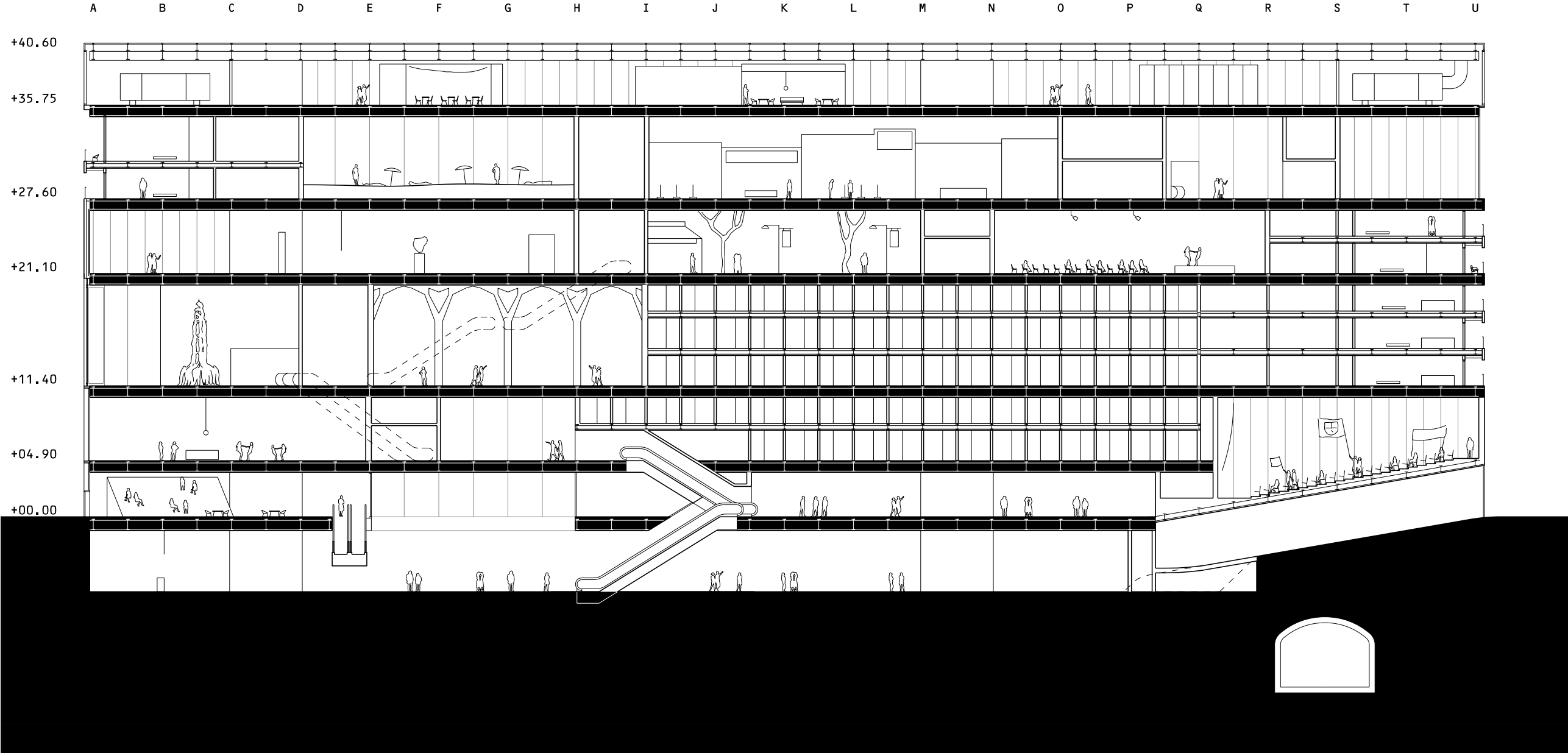
#08

Sup. útil 437m²
H. lliure 5.5m
Volume 2404m³
Cota alt. +21.10
Factor forma 0.56

S. Obertura 264
Orientació NE/SO
S.Ob/S.Sala. 0.60

Ús preferent:
cultural-representació espectacle

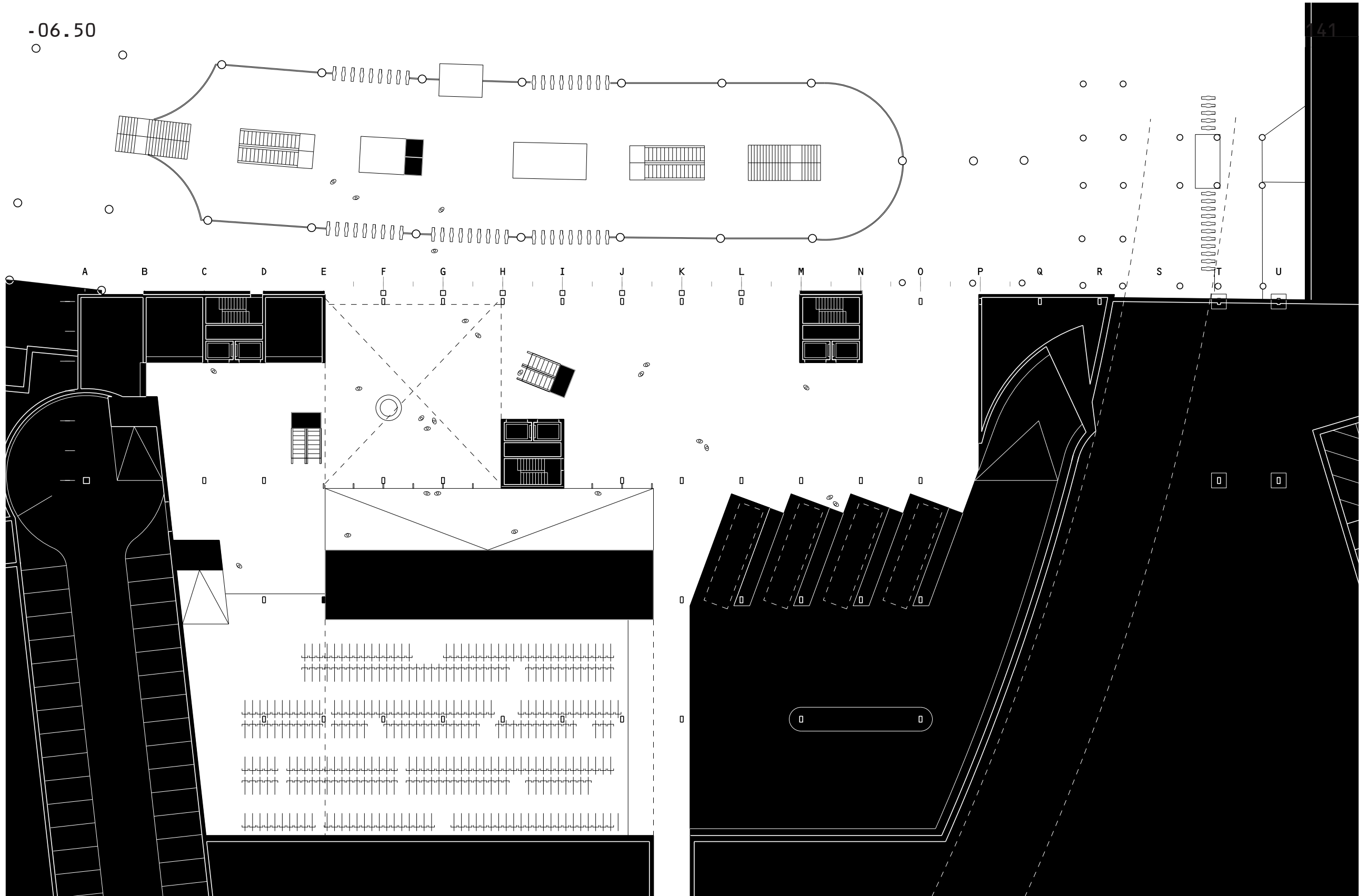




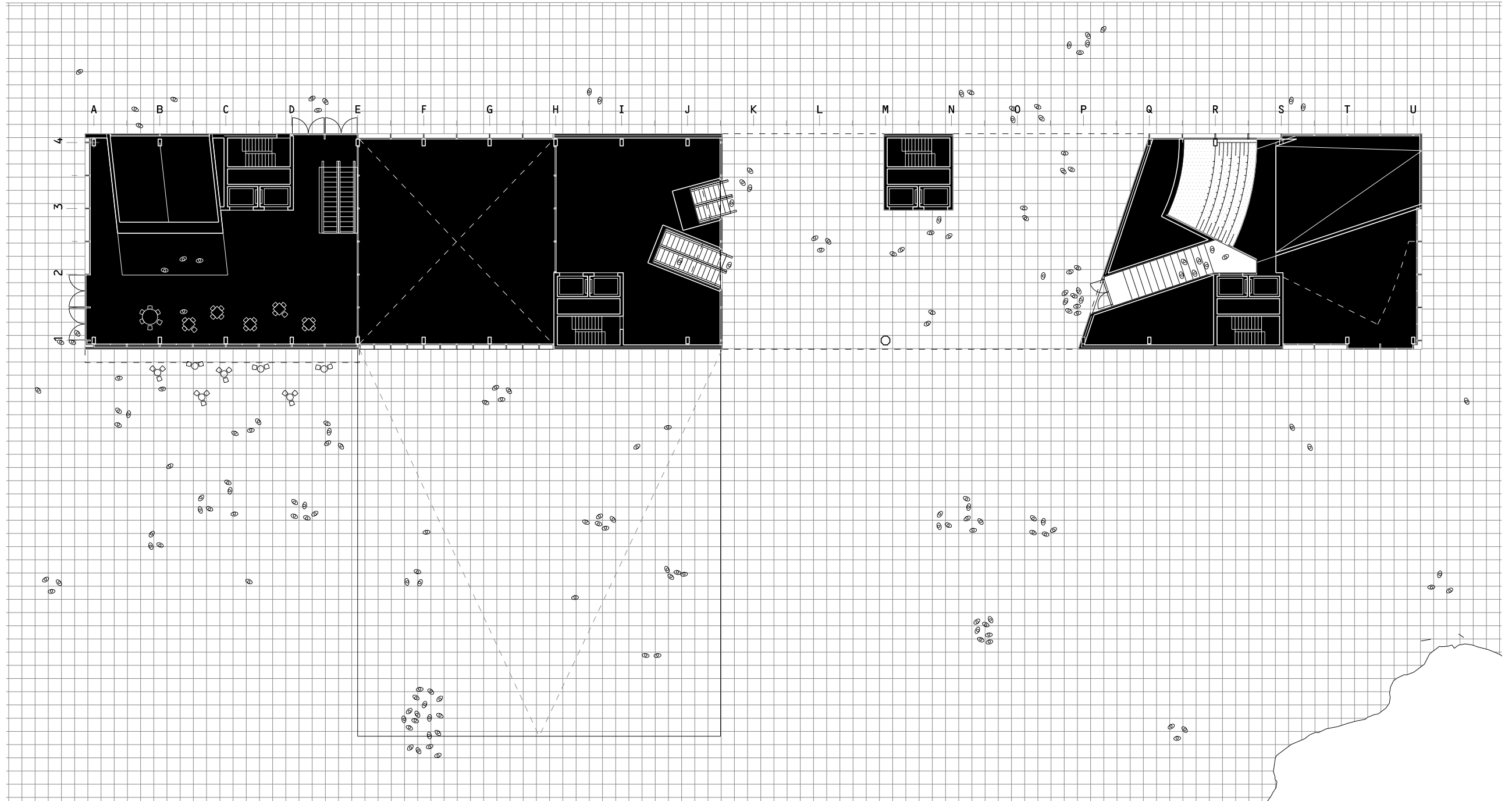


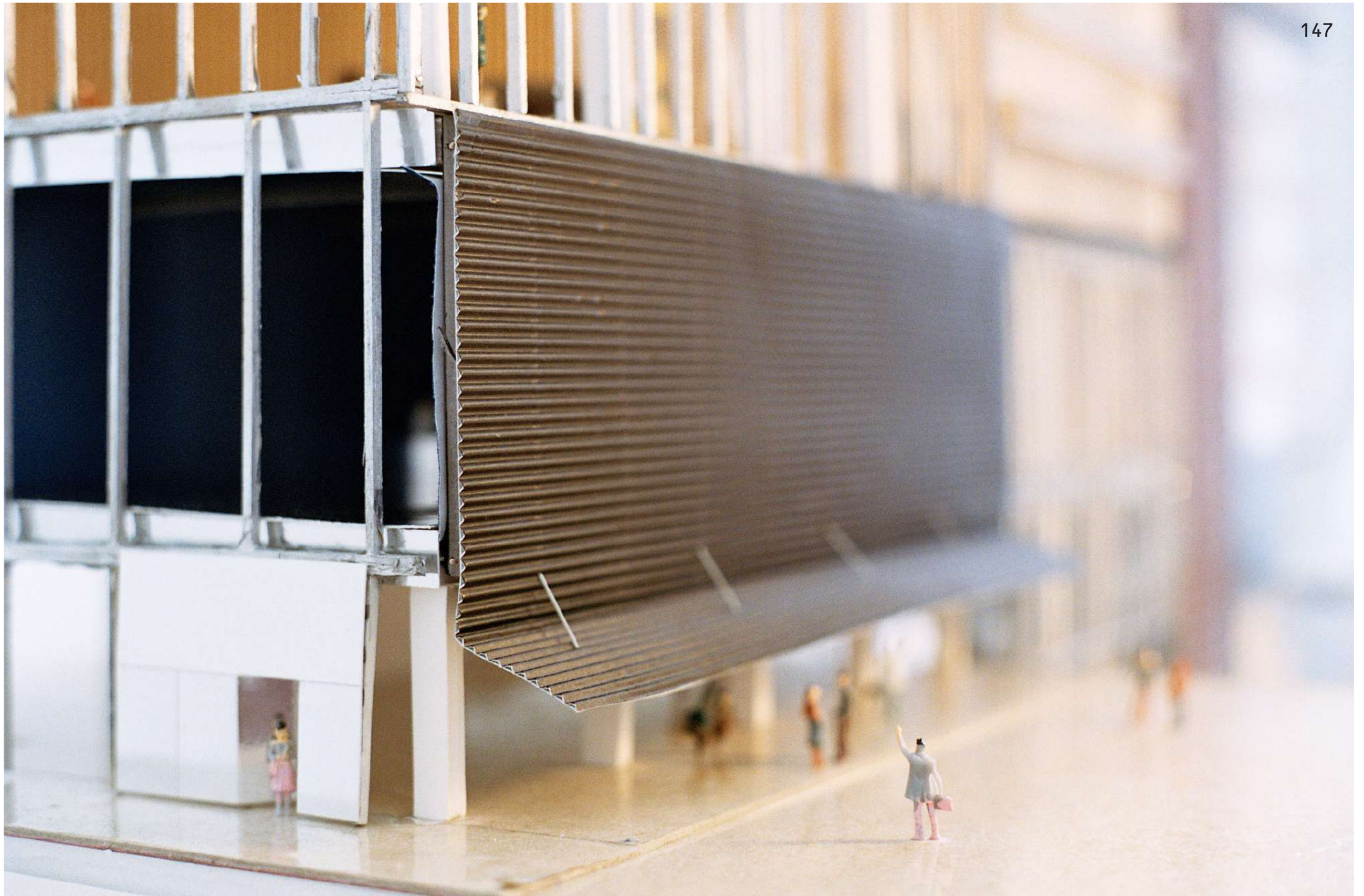
-06.50

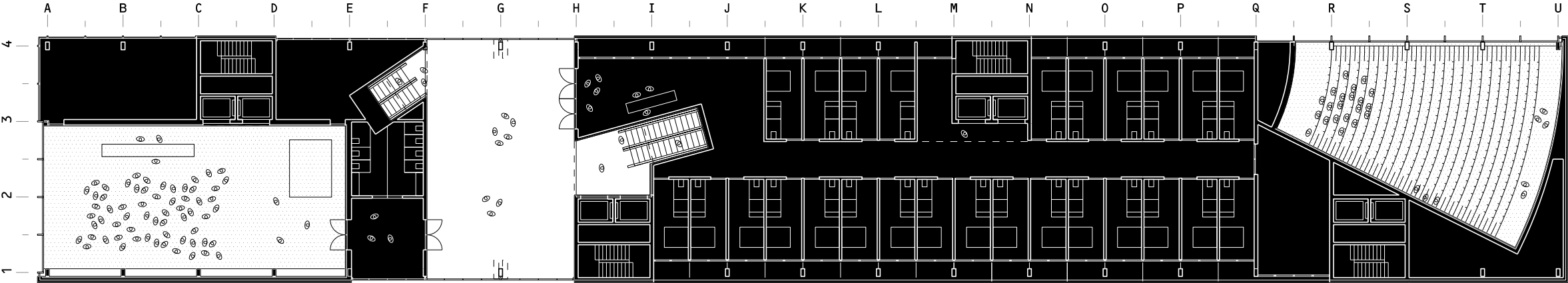
141

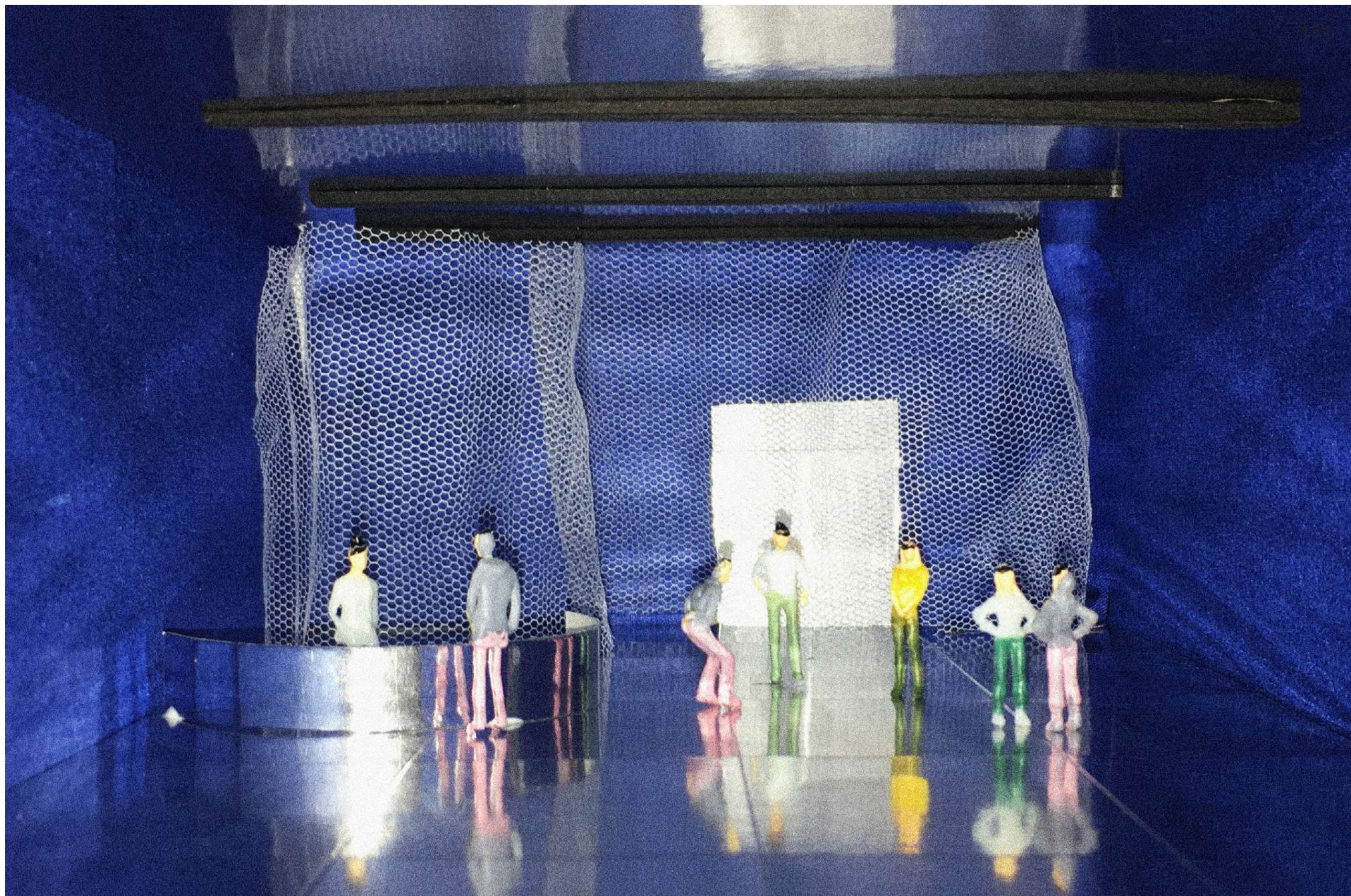


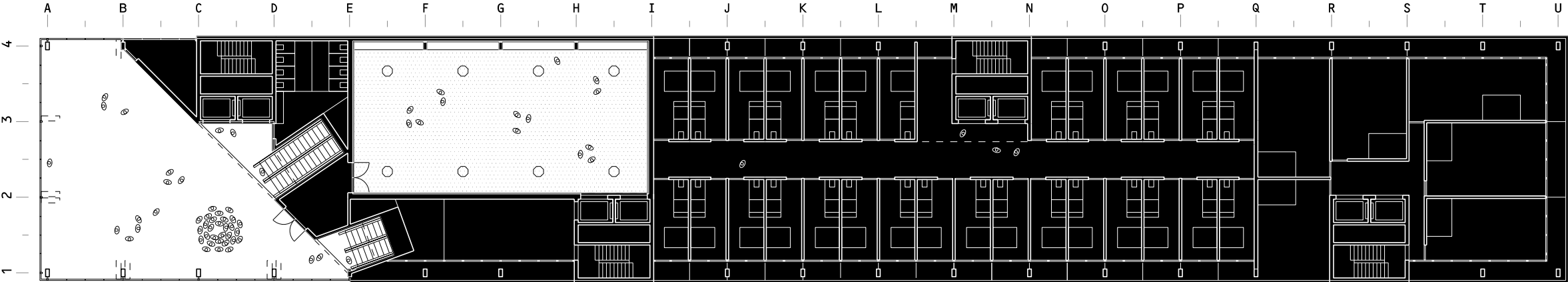




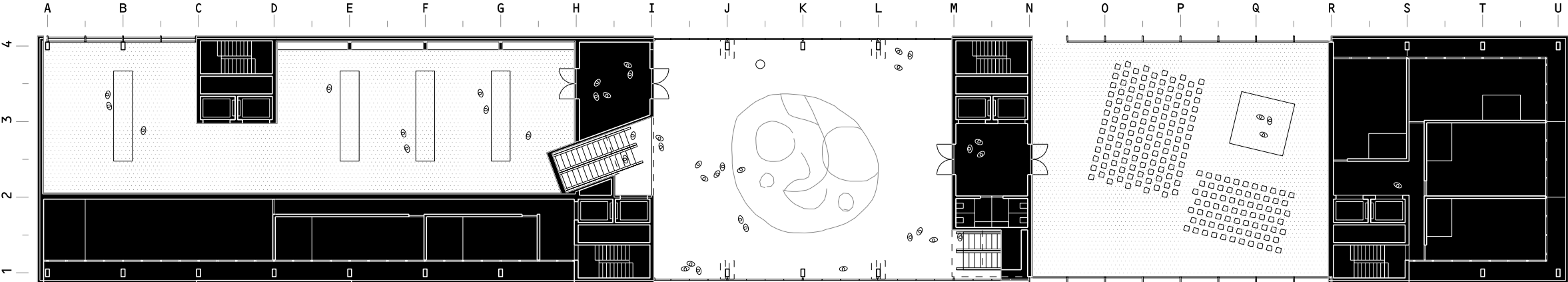




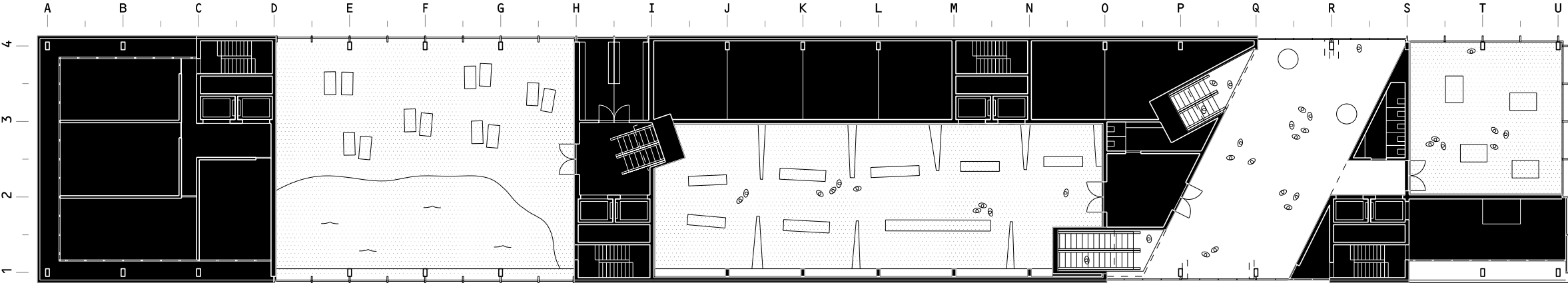


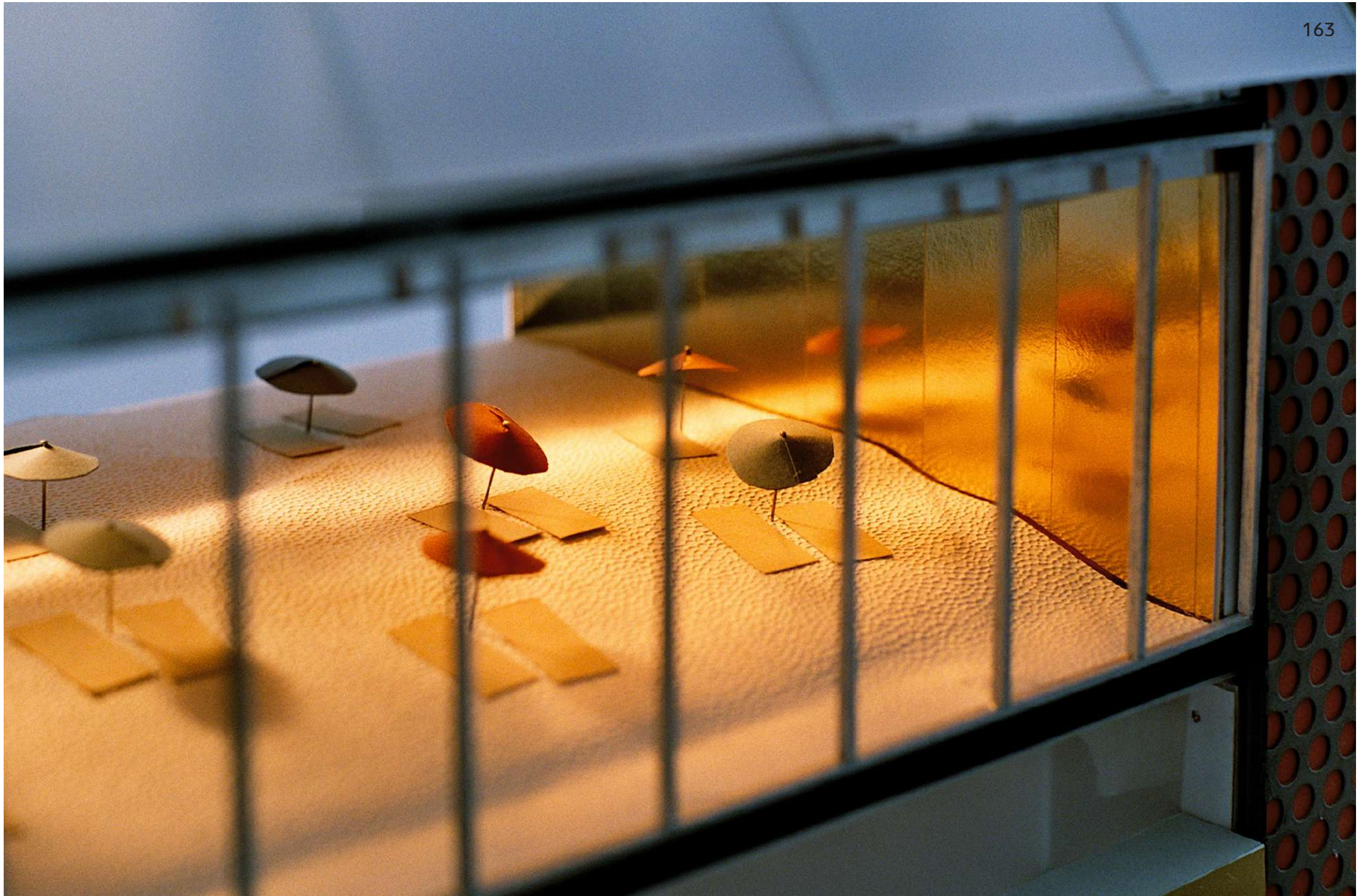


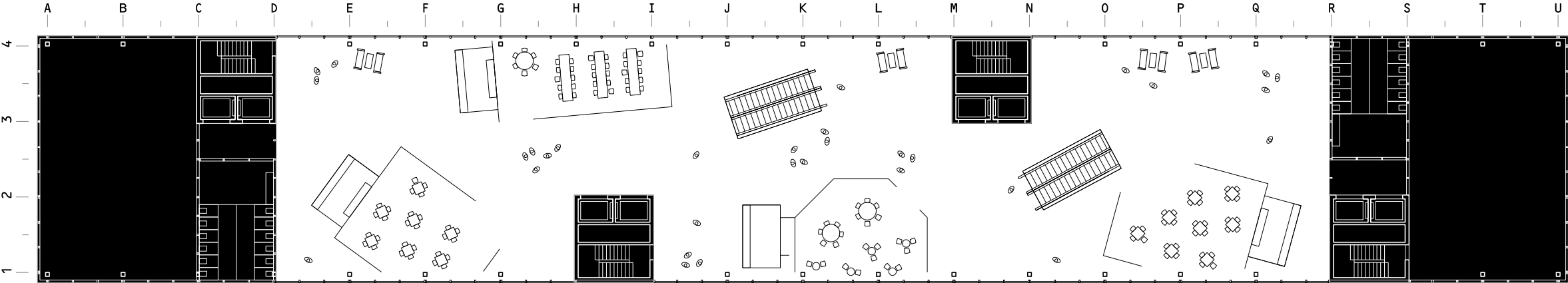




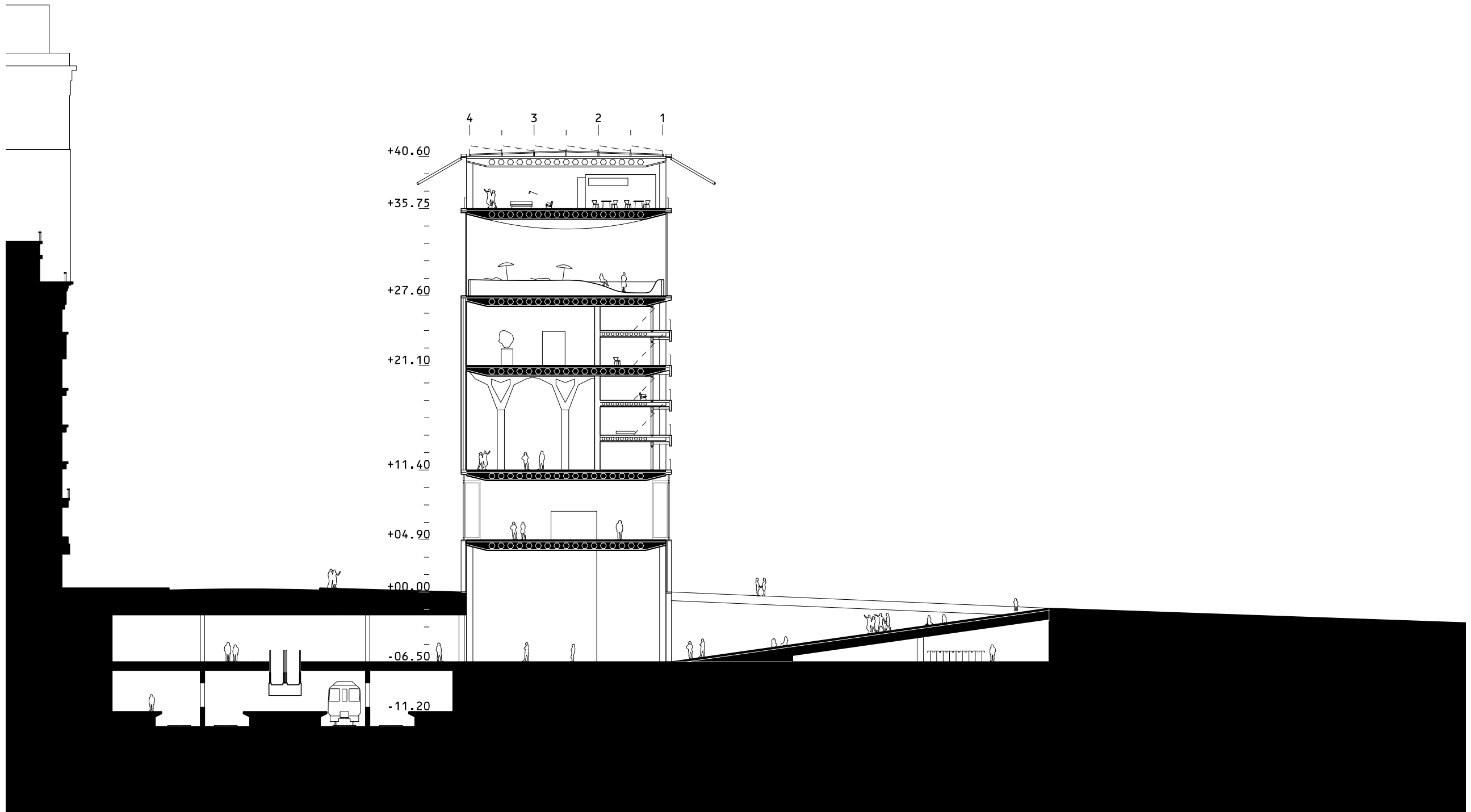


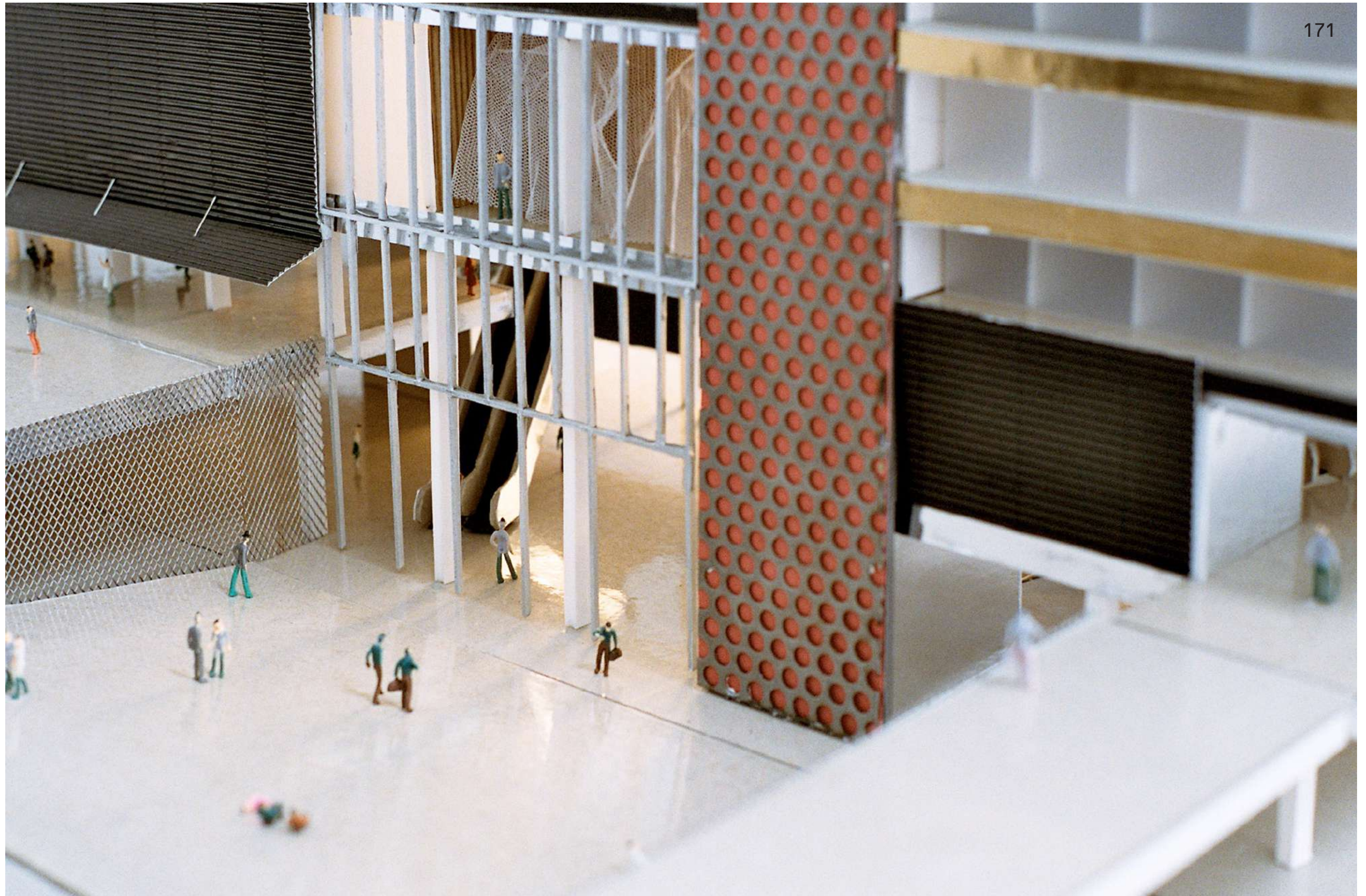


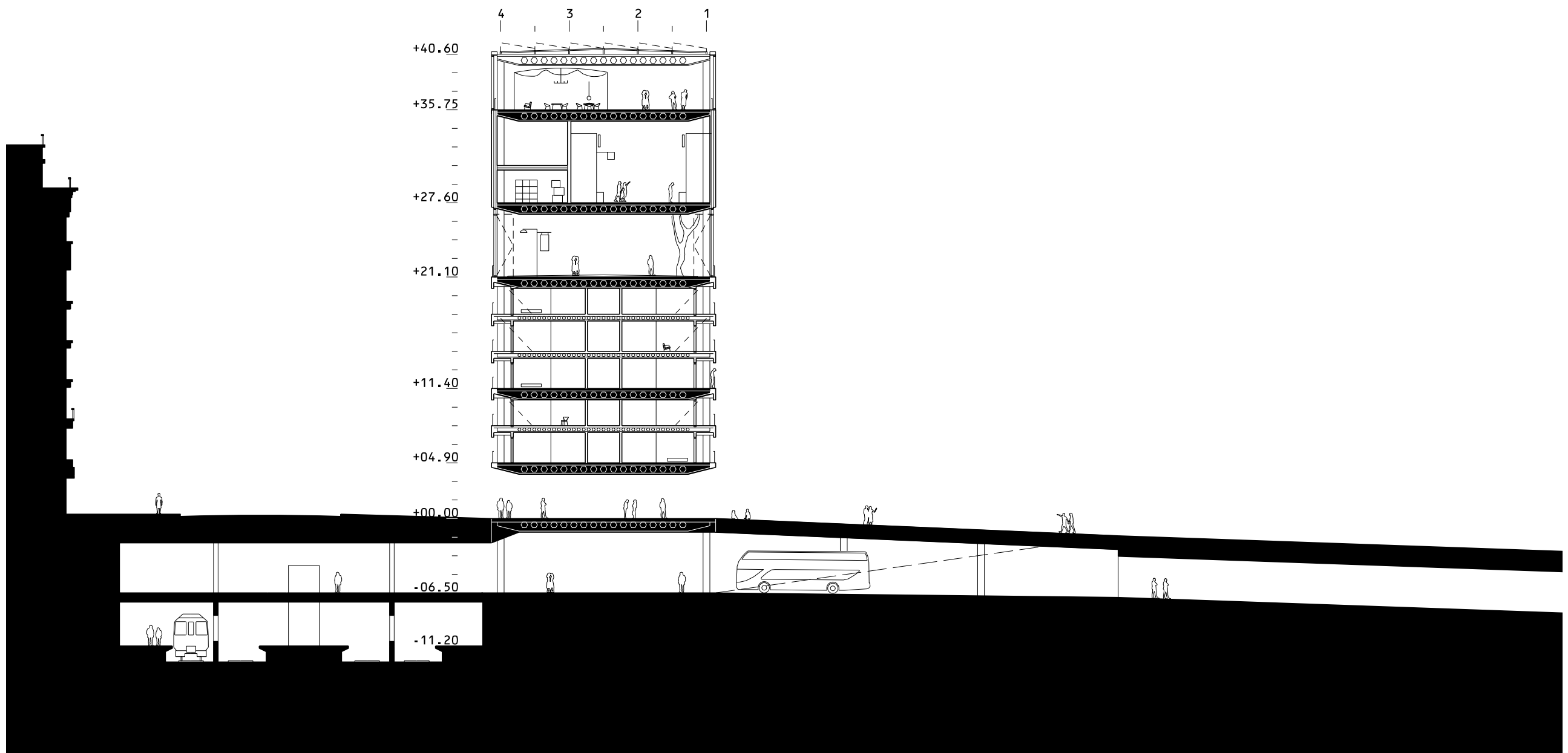




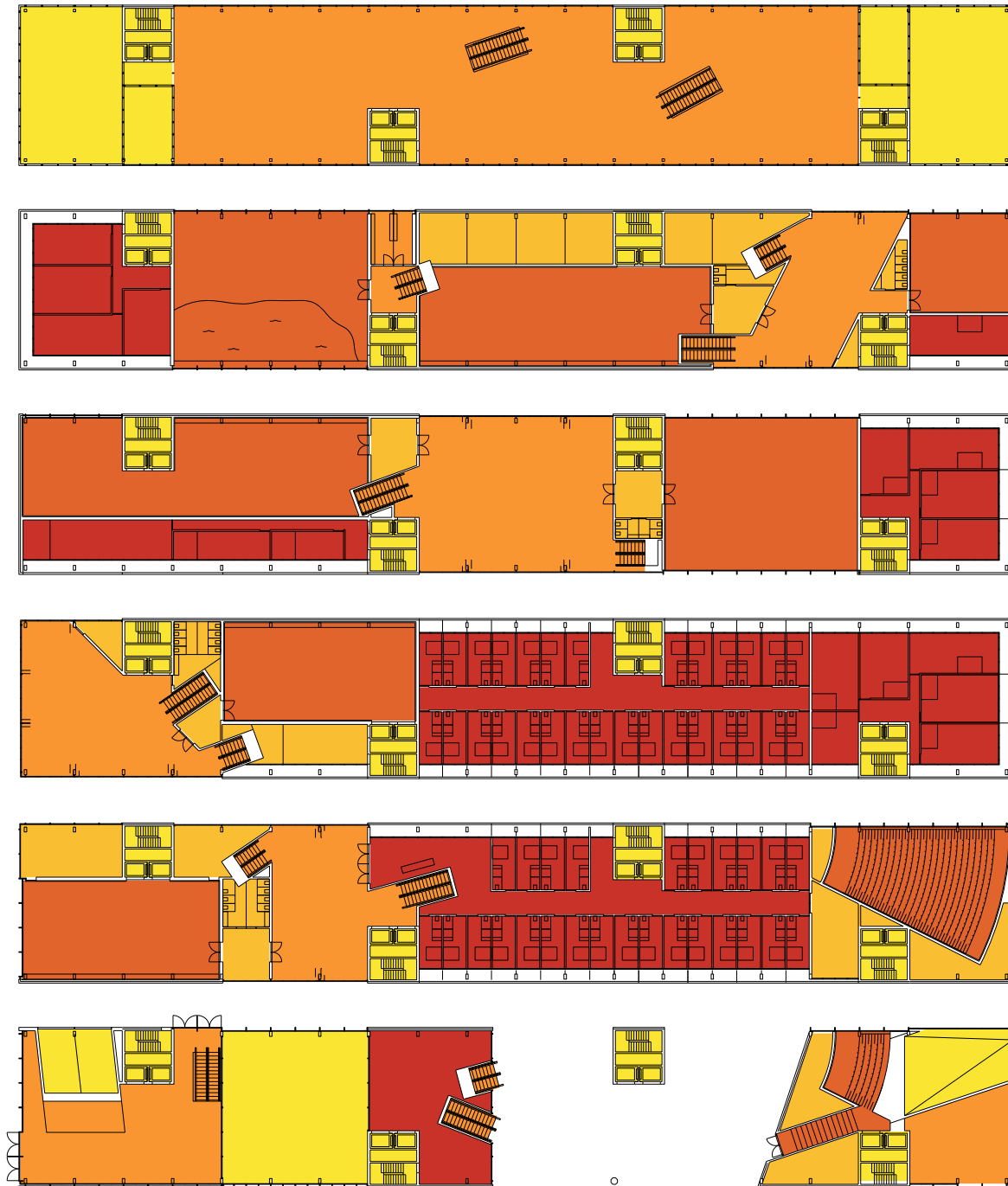












Per tal de reduir el consum de climatització es proposen diferents gradients de confort en funció de les exigències per activitats.

Allotjament

Usuaris amb les majors exigències climàtiques i més diversitat simultània amb expectatives de confort elevades. Temperatura i humitat controlables mecànicament amb precisament en tot moment.

Volums programàtics

Sales amb especificitats climàtiques exigents a causa de les particulars activitats desenvolupades, prolongables durant diverses hores. El marge de confort és estret i es controla centralitzadament.

Buits encadenats

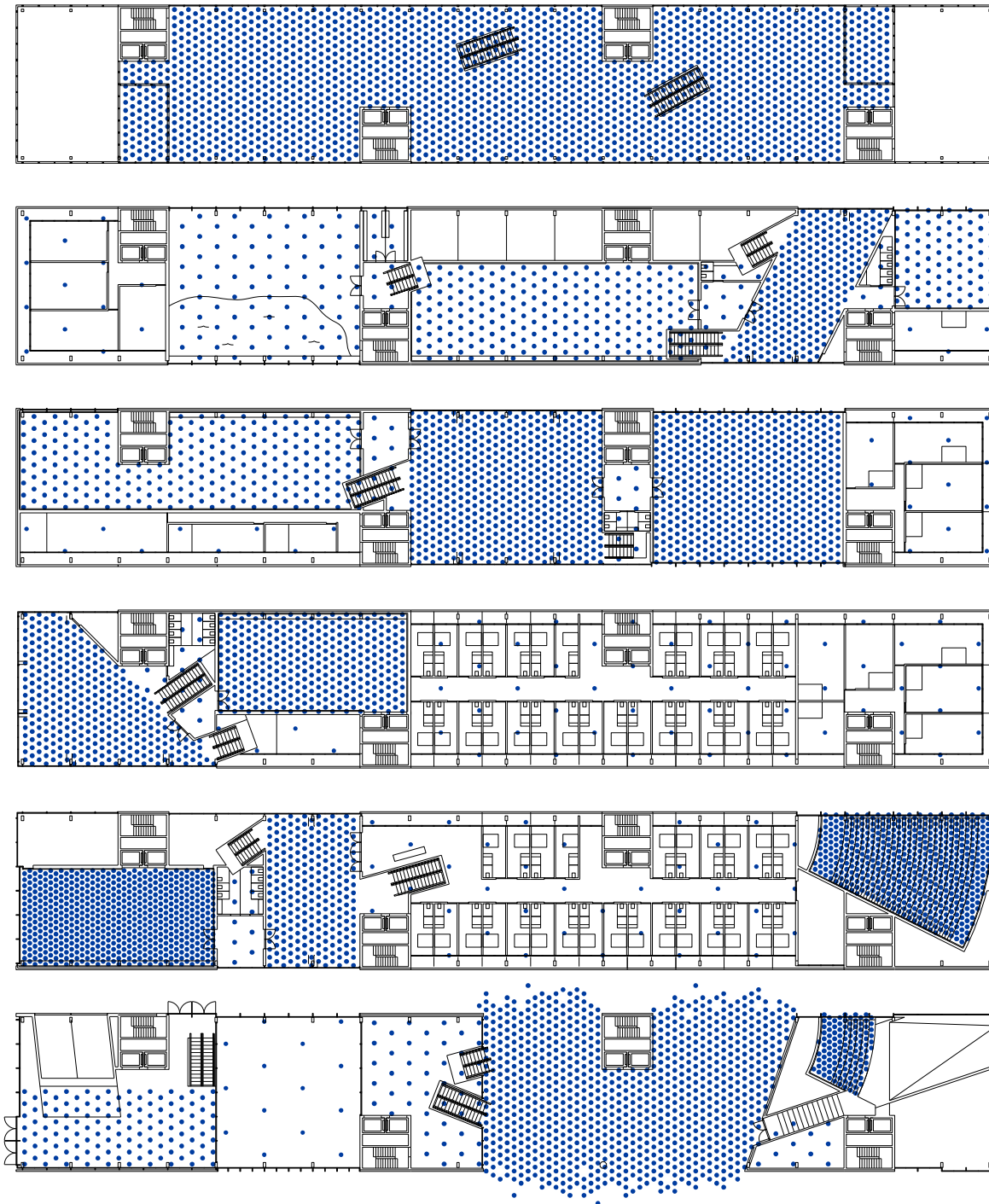
Requeriment climàtic relatiu pel seu caràcter d'espai de circulació o d'ús temporal. Concebut com un espai semi exterior amb necessitats de renovació d'aire rigoroses.

Espai servidors

Cambres amb necessitats específiques però un nivell de confort exigít baix. Exigeixen un control relatiu de temperatura i salubritat.

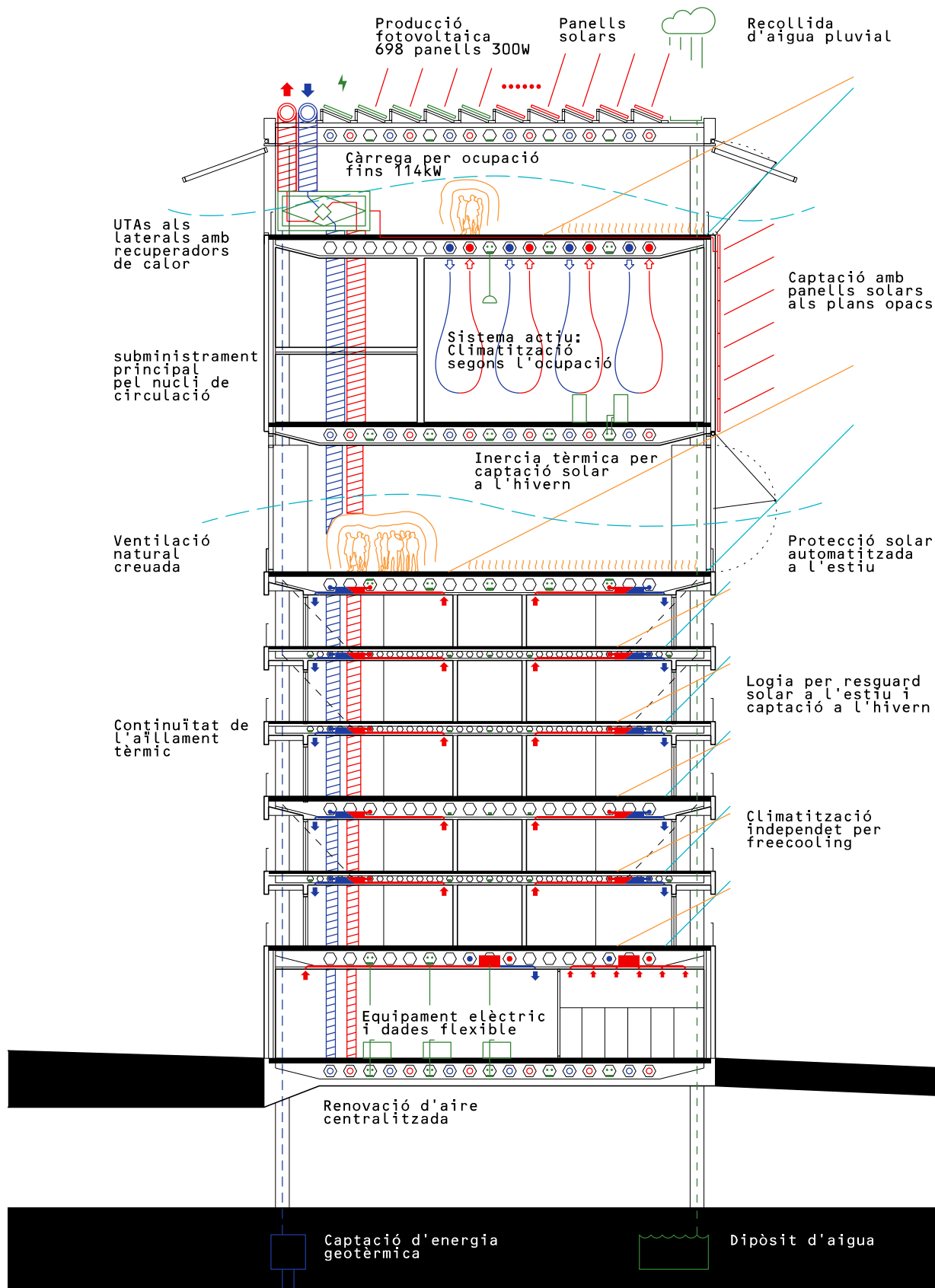
Espais no climatitzats

Espais sense requeriment climàtic particular amb control sobre la qualitat de l'aire.



L'ocupació màxima simultània de l'edifici és de 4933 persones distribuïdes heterogèniament en els 108.283m³ volumètrics (o 23.585m² en superfície). La intensitat d'ús de l'edifici es reparteix sobre l'eix vertical i horitzontal seguint l'esquema de circulació de sales encadenades. Existeix una major concentració potencial en els pols verticals en el hall de sotacoberta i el foyer infraestructural del soterrani.

L'ocupació màxima en els buits és uniforme en el ràtio de 1 persona/m², mentre que els volums programàtics varia entre 0,5 i 5 en funció de les característiques i alimetria. El programa residencial determina una persona cada vint m², ponderant-hi la multiplicabilitat dels forjats intermedis.



El programa especulatiu del qual parteix l'edifici invalida i és incoherent amb una estratègia de quasi consum zero, però s'adopten les estratègies bioclimàtiques per fer-lo compatible amb un funcionament energèticament coherent. Per garantir-hi el confort es determinen estratègies actives i passives combinades.

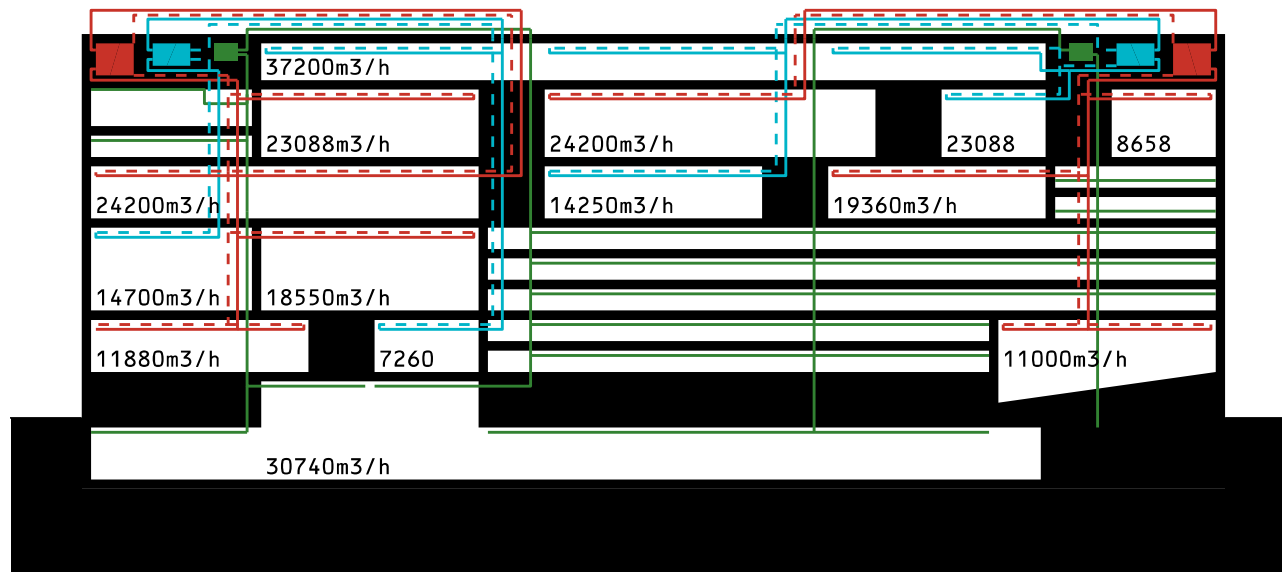
Comportament actiu

En els volums programàtics, climatització centralitzada per UTAs amb recuperadors a la planta sota coberta (lateral). Climatització i renovació d'aire activa pel gruix de l'estructura (boys). En els allotjaments dues unitats comuns alimenten bigues fredes interiors (fan coil).

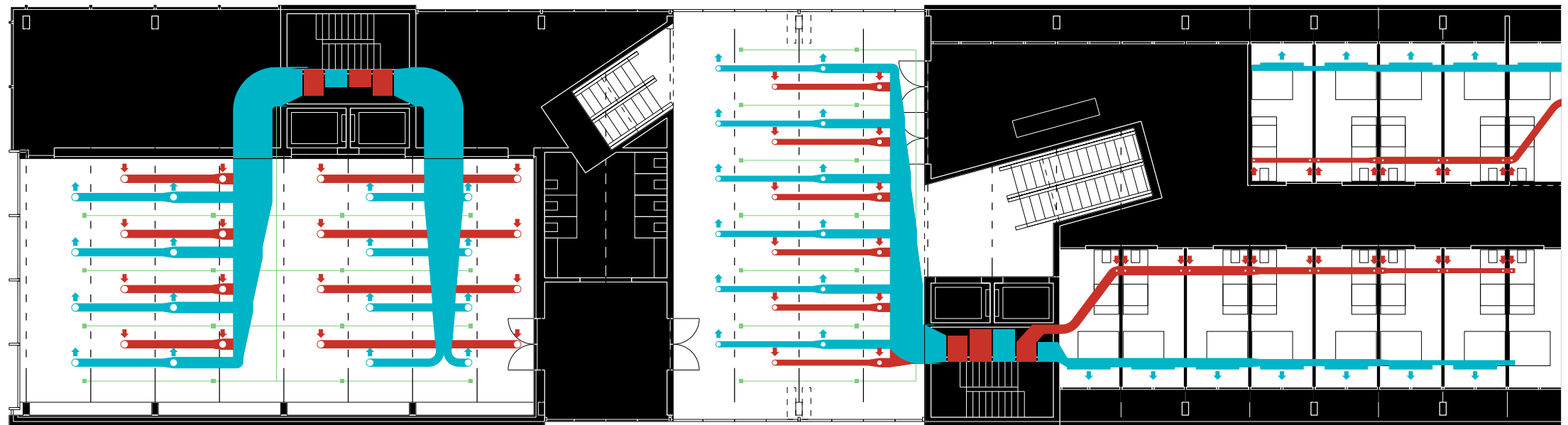
La coberta consta de producció fotovoltaica per la màxima autosuficiència energètica. En coberta i també sobre els opacs de façana es distribueixen panells solars que complementen la bomba geotèrmica per subministrar aigua calenta per climatització i ACS. Captació separativa d'aigua de pluja i emmagatzematge.

Comportament passiu

En les sales-buits encadenats i el hall sota coberta, ventilació natural i protecció solar mitjançant tendals projectats automatitzats a l'estiu i calefacció per captació de façana i càrrega per ocupació a l'hivern. La geometria i orientació de les obertures afavoreixen la il·luminació natural reduint el consum.



La climatització i renovació mecànica de l'edifici es distribueix en tres programes (volums, sales i allotjament). Cada programa consta de dues unitats de tractament d'aire (una per extrem longitudinal). Sobre la coberta es distribueix el cabal de subministrament i extracció al pas d'instal·lacions en el nucli de circulació vertical. Des d'aquí es divideix l'avituellament a cada planta segons el volum i requeriments de cada sala. La distribució es produeix en el gruix de forjat a través de les perforacions en l'estructura boyd (50cm diàmetre) de forma uniforme produint-se extracció i aportació al sostre.



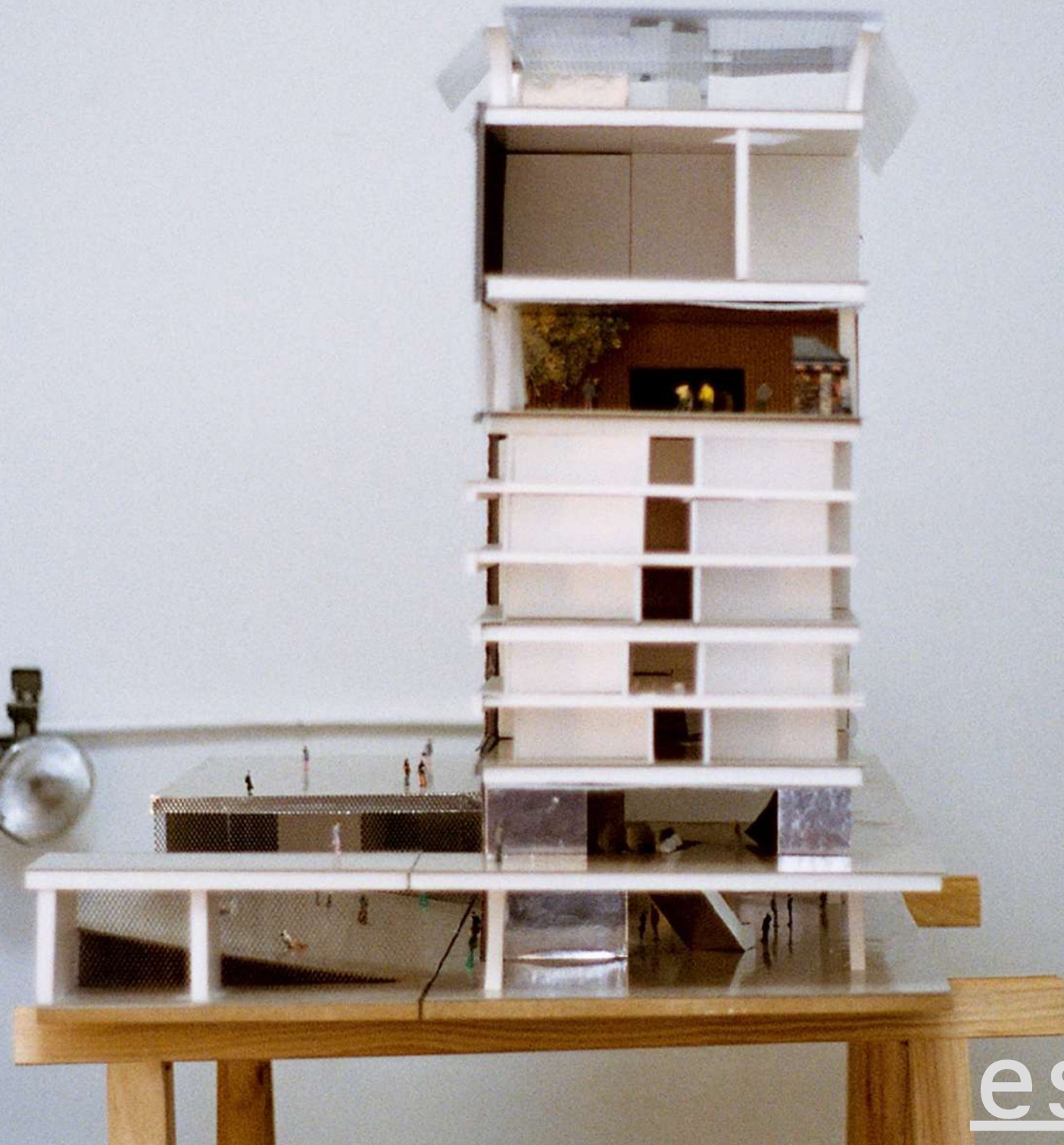
Càlcul de càrregues tèrmiques

CÀRREGUES TÈRMiques SENSIBLES			
Radiació a través del vidre (Qsr)			
Qsr=S*R*F			
S: superfície (m²)	64,35	m2	
R: Radiació (W/m²)	7,33	1,9	
F: factor correcció	0,67	(tipus obertura...)	
Qsr esti 316,03 W			
Qsr hive 81,92 W			
Transmitància i radiació t. exteriors (Qstr)			
Qstr=K*S*(Te-Ti)			
K: coef transm T	1,6		
S: superfície exp	64,35	m2	
T ext estiu/hiver	29	9 °C	
T confort +2/-2	26	19 °C	
T diferència	3	-10 °C	
Coeficient Nord	0,6		
Vidre pral			
Qstr est 494,21 W			
Qstr hiv -1647,36			
Transmissió per infiltració d'aire ext. (Qsi)			
Qsi=V*p*Ce*ΔT			
V: cauda	2,02	m3/s	
p: densi	1,18	Kg/m3	
Ce: calo	1012	J/Kg°C	
efic.rec	90		
ΔT: temp	0,3	-1 °C	
Qsi esti 723,66 W			
Qsi hive -2412,20			
Càrrega interna per ocupació (Qsai)			
Qsp=n*C			
n: n° pe	119	persones	
C: c.sen	61,16	W	
Qsp 7278,04 W (persona dreta)			

CÀRREGUES TÈRMiques LATENTS			
Transmissió per infiltració d'aire ext. (Qsi)			
(similar humitat interior i exterior)			
Càrrega latent per ocupació			
Qsp=n*C			
n: n° pe	119	persones	
C: c.sen	81,2	W (persona dreta)	
Qsp 9662,8 W			
RESUM			
>Radiació a través del vidre (Qsr)			
Qsr esti 316,0 W			
Qsr hive 81,9 W			
>Transmitància i radiació t. exteriors (Qstr)			
Qstr est 494,2 W			
Qstr hiv -1647,4 W			
>Transmissió per infiltració d'aire ext. (Qsi)			
Qsi esti 723,7 W			
Qsi hive -2412,2 W			
>Càrrega interna per ocupació (Qsai)			
Qsp 7278,0 W			
>Càrrega latent per ocupació			
Qsp 9662,8 W			
Estiu 100% ocupació			
18474,7 W			
Estiu 10% ocupació			
3228,0 W			
Hivern 100% ocupació			
12963,2 W			
Hivern 10% ocupació			
-2283,6 W			

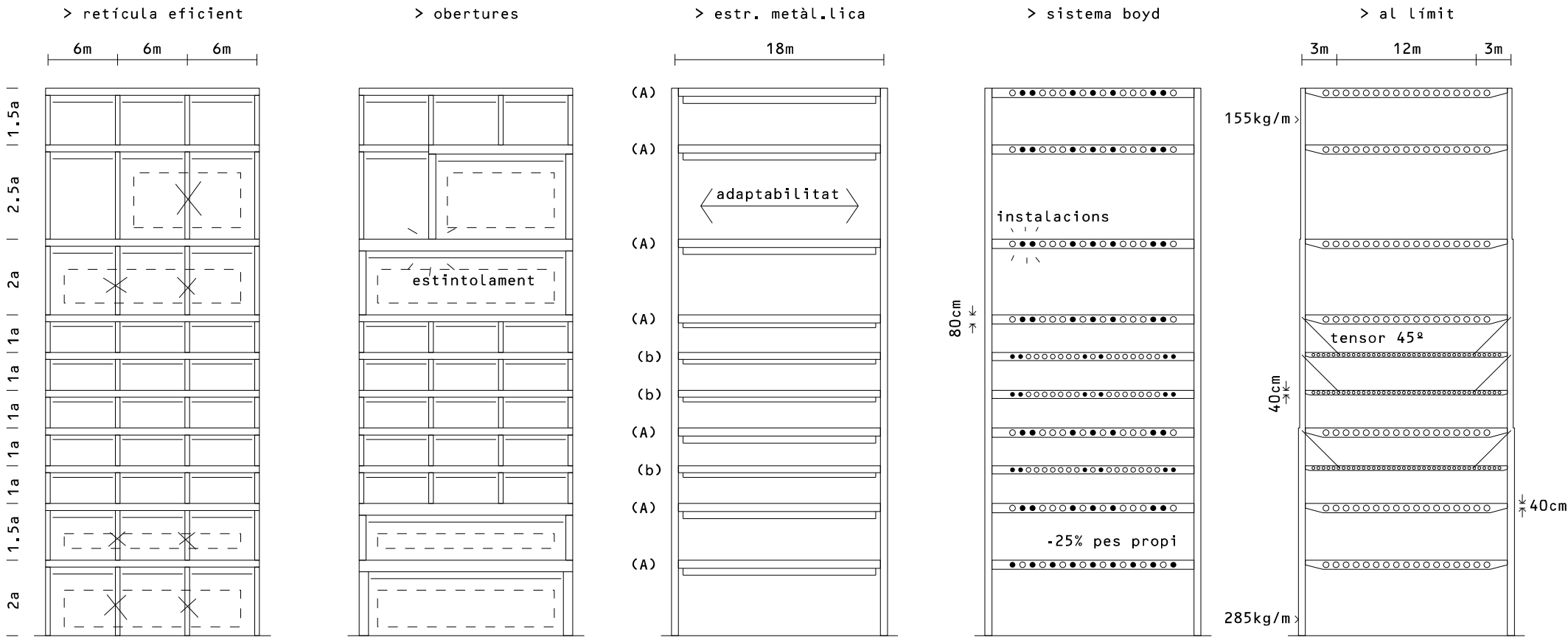
Càlcul d'ocupació i renovacions d'aire

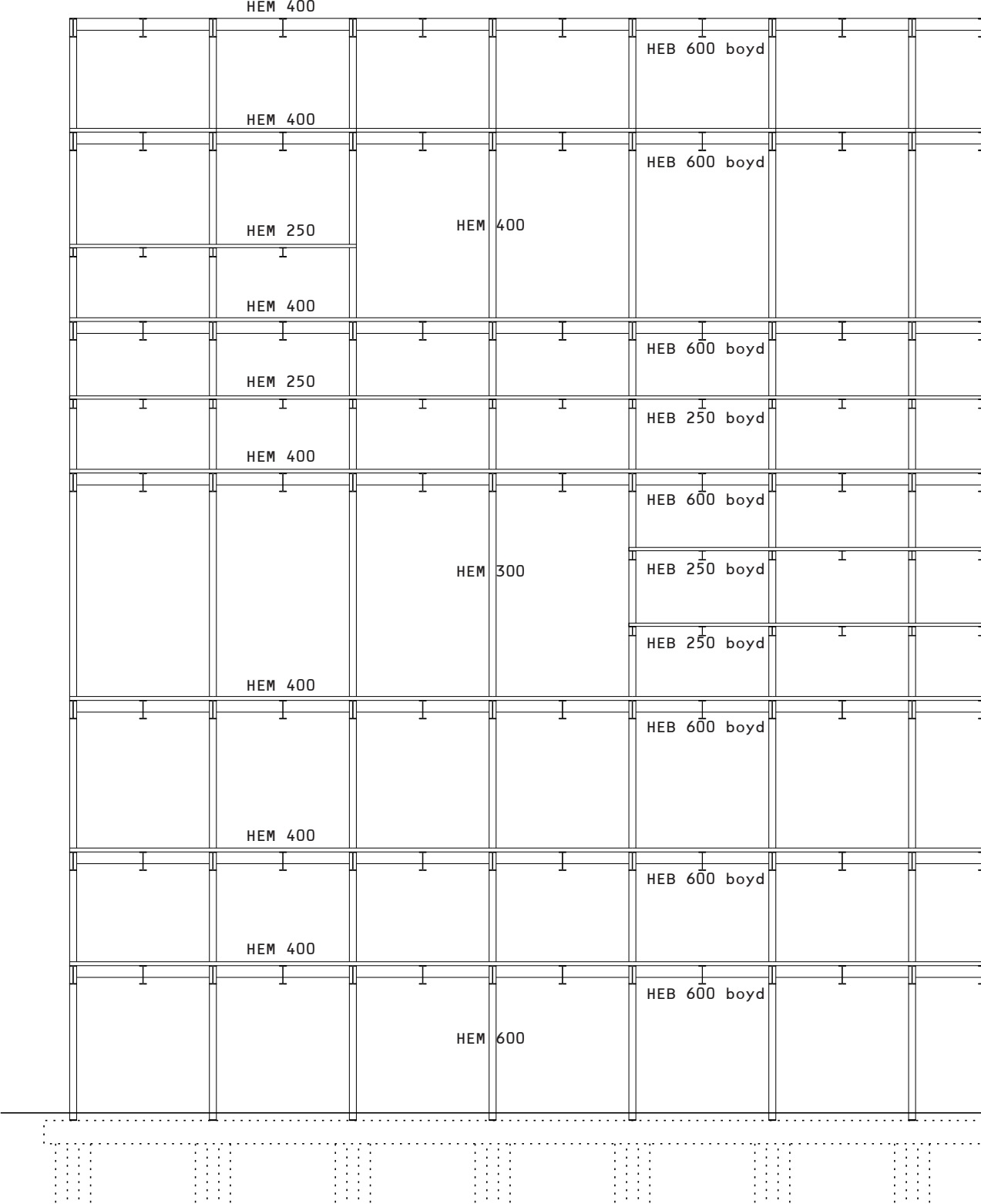
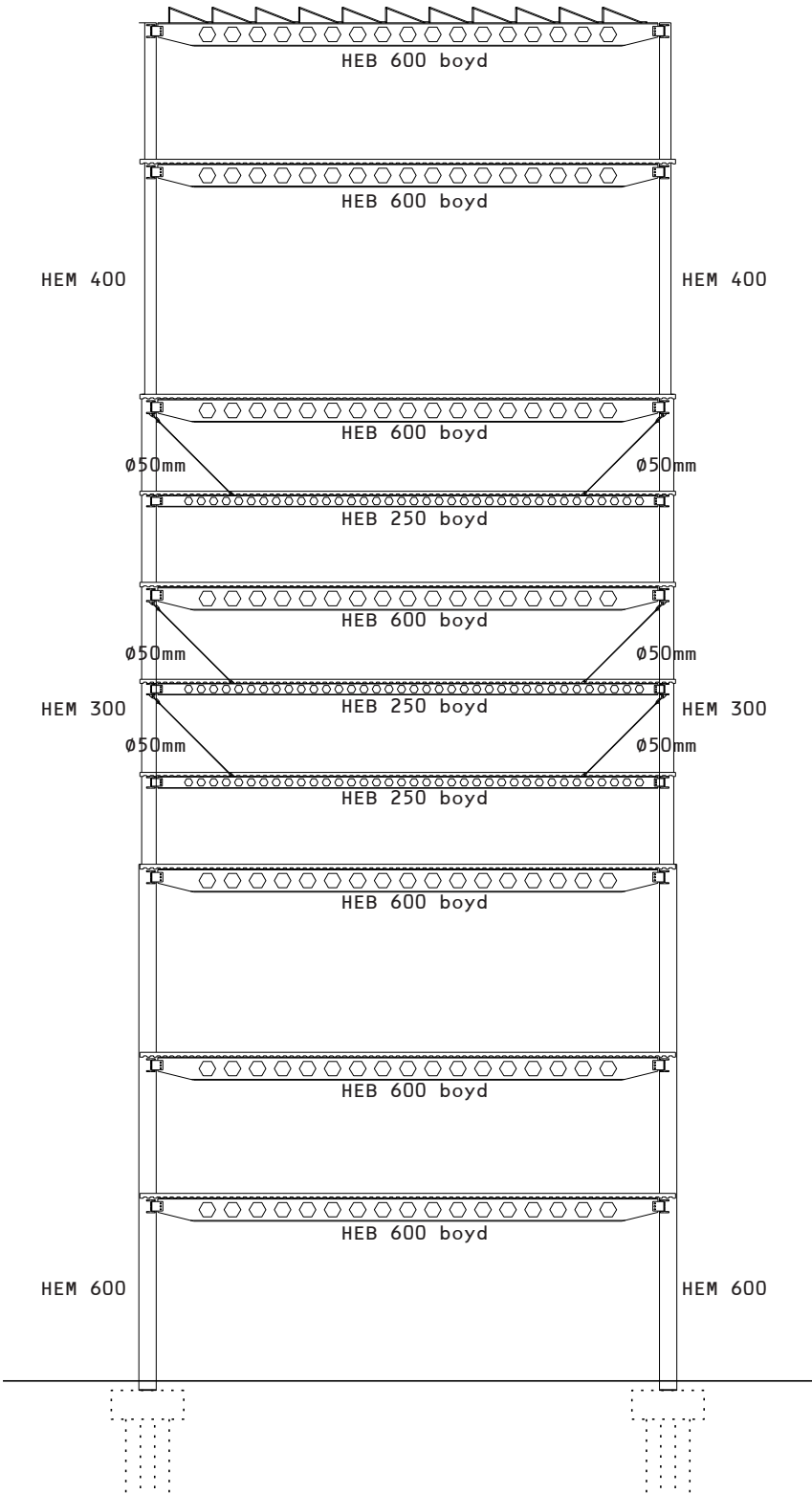
				Ocupació		Renovacions							
planta	alç.	Superf.	Volum	m2/p pers	n°r. Q	(m3/h)	nucli 1	nucli 2	nucli 3	nucli 4			
P5	F.	3,88	1600	6200	2	800	6	37200	9300	9300	9300	9300	
P5	S.a	7,22	400	2886	4	100	8	23088	23088				
	S.b	7,22	400	2886	5	80	8	23088			23088		
	E.	7,22	220	1587	1	220	6	9524				9524	
	S.c	7,22	150	1082	2	75	8	8658				8658	
	A.	2,65	810	2147	20	40,5	3	6440	5152			1288	
P3	S.a	5,50	440	2420	2	220	8	19360		24200			
	E.	5,50	440	2420	1	440	6	14520			14520		
	S.b	5,50	440	2420	1	440	8	19360				19360	
	A.	2,65	1200	3180	20	60	3	9540	4770			4770	
P2	E.	8,75	280	2450	1	280	6	14700	14700				
	S.a	8,75	265	2319	1	265	8	18550	18550				
	H.	2,65	2670	7076	15	178	3	21227		10613	10613		
	A.	2,65	1320	3498	20	66	3	10494		2099		8395	
P1	S.a	5,50	270	1485	0,5	540	8	11880	11880				
	E.	5,50	220	1210	1	220	6	7260		7260			
	H.	2,65	1780	4717	15	119	3	14151		7076	7076		
	S.b	5,50	250	1375	0,5	500	8	11000				11000	
PB	-	3,88	650		2	325							
PS	F.	5,30	1450	7685	5	290	4	30740	10247	10247	10247	0	
				Sumatori superfícies i ocupació				Renovacions i superfície de cabal					
								velocita 3 m/s					
				Hotel				Sales					
				Allotj				53518 24200 23088 28018 m3/h					
				Espais				4,96 2,24 2,14 2,59 m2					
				Sales				Espais 'buits'					
				Foyers				0 21960 14520 9524 m3/h					
								0,00 2,03 1,34 0,88 m2					
								Allotjament					
								9922 19788 17689 14453 m3/h					
								0,92 1,83 1,64 1,34 m2					
								Tot N1 Tot N2 Tot N3 Tot N4					
								63439,6 65947,6 55296,8 51994,9 m3/h					
								5,87 6,11 5,12 4,81 m2					
								Capacitat UTAs (cabal màxim ús)					
								sector oest sector est					
								Sales 77718 m3/h 51106 m3/h					
								Espais+F 21960 m3/h 24044 m3/h					
								Allotj 29709 m3/h 32142 m3/h					

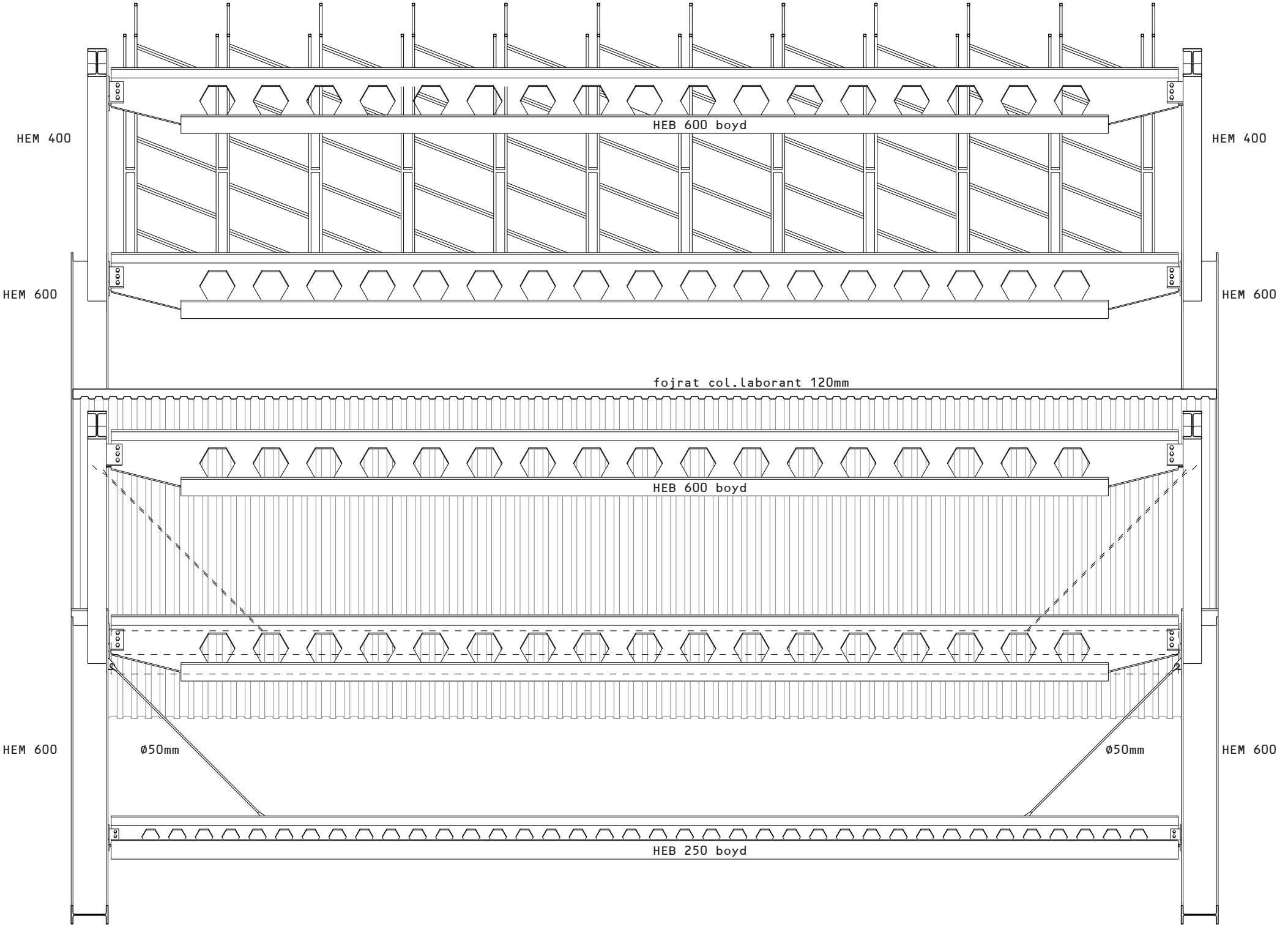


estructura

Per aconseguir la màxima diafanitat estructural es planteja una estructura porticada metàl·lica de façana a façana. És composta per bigues tipus boyd cada 3m sota un frojat col.laborant, allotjant les instal.lacions en el gruix estructural. Els forjats intermedis es penjen a 45º per reduir 1/3 la llum i aconseguir el cantell mínim.







JÀSSERA PRINCIPAL

perfil	HEB 600 boyd (h800)
Iy	311000 cm4 3,1E+09 mm4
W	7775 cm3 7775000 mm3
pp	212 Kg/m

Estat de càrregues forjat

S. ús	400 kg/m2
PP.forja	250 kg/m2

coef Q	1,5
coef PP	1,35
Qtot	937,5 kg/m2
Àrea Q	3 m2
Qsubt	2812,5 kg/ml
pp. estr	212 kg/ml

Qtot	3098,7 Kg/ml 30,99 KNm
------	---------------------------

Moment màxim

Med=(q*L^2/8)	
L	18 m
Med	1254,97 KNm 12549735 Kgcm

Inèrcia

M/W > fyd	
fyd	2500 Kg/cm2
M/W	1614,11 Kg/cm2 (compleix)

Fletxa

(5/384)*(q*L2/E*I)	
Valor L/	300
dmax	6 cm
fletxa	5,99 cm (compleix)

JÀSSERA FORJATS INTERMITJOS

perfil	HEB 280 boud (h400)
Iy	84000 cm4 8,4E+08 mm4
W	3360 cm3 3360000 mm3
pp	142 Kg/m

Estat de càrregues forjat

S. ús	200 kg/m2
PP.forja	250 kg/m2

coef Q	1,5
coef PP	1,35
Qtot	637,5 kg/m2
Àrea Q	3 m2
Qsubt	1912,5 kg/ml
pp. estr	142 kg/ml

Qtot	2104,2 Kg/ml 21,04 KNm
------	---------------------------

Moment màxim

Med=(q*L^2/8)	
L	12 m
Med	378,76 KNm 3787560 Kgcm

Inèrcia

M/W > fyd	
fyd	2500 Kg/cm2
M/W	1127,25 Kg/cm2 (compleix)

Fletxa

(5/384)*(q*L2/E*I)	
Valor L/	300
dmax	4 cm
fletxa	3,22 cm (compleix)

JÀSSERA REPARTIMENT BIGA PRAL.

perfil	HEM 400
Iy	104100 cm4 1E+09 mm4
W	4820 cm3 4820000 mm3
pp	256 Kg/m

Estat de càrregues forjat

S. ús	200 kg/m2
PP.forja	250 kg/m2

coef Q	1,5
coef PP	1,35
Qtot	937,5 kg/m2
Àrea Q	3 m2
Qsubt	2812,5 kg/ml
pp. estr	212 kg/ml

Qtot	3098,7 Kg/ml 30,99 KNm
------	---------------------------

Moment màxim

Med=(P*L/4)	
L	6 m
M	418,325 KNm 4183245 Kgcm

Inèrcia

M/W > fyd	
fyd	2500 Kg/cm2
M/W	867,89 Kg/cm2 (compleix)

Fletxa

(5/384)*(q*L2/E*I)	
Valor L/	300
dmax	2 cm
fletxa	1,90 cm (compleix)

PILAR FAÇANA

perfil	HEM 600
Iz	18980 cm4 1,9E+08 mm4
Lk	9 m
As	73,7 cm2 7370 mm2
pp	285 Kg/m

Estat de càrregues forjat

FORJAT PRINCIPAL	
S. ús	500 kg/m2
PP.tot	425 kg/m2

coef Q	1,5
coef PP	1,35
Qtot	1323,75 kg/m2
Àrea Q	54 m2
Qforj'A'	71482,5 kg

FORJATS INTERMITJOS	
S. ús	200 kg/m2
PP.tot	300 kg/m2

coef Q	1,5
coef PP	1,35
Qtot	705 kg/m2
Àrea Q	54 m2
Qforj'B'	38070 kg

nºFORJ.P	5
nºFORJ.I	2

Qsubt	433553 kg
-------	-----------

pp.pilar	578 kg/ml
H pilar	38 m
Qpp pila	29651 Kg

Qtot	463204 Kg 4632 KN
------	----------------------

Axil crític

Ncr=(pi/Lk)^2*E*I	
Ncr	4857 kN
Nbrd	6433 kN (taul
Qtot	4632 kN (compleix)

TENSOR FORJATS INTERMITJOS

tub r:	70 mm
--------	-------

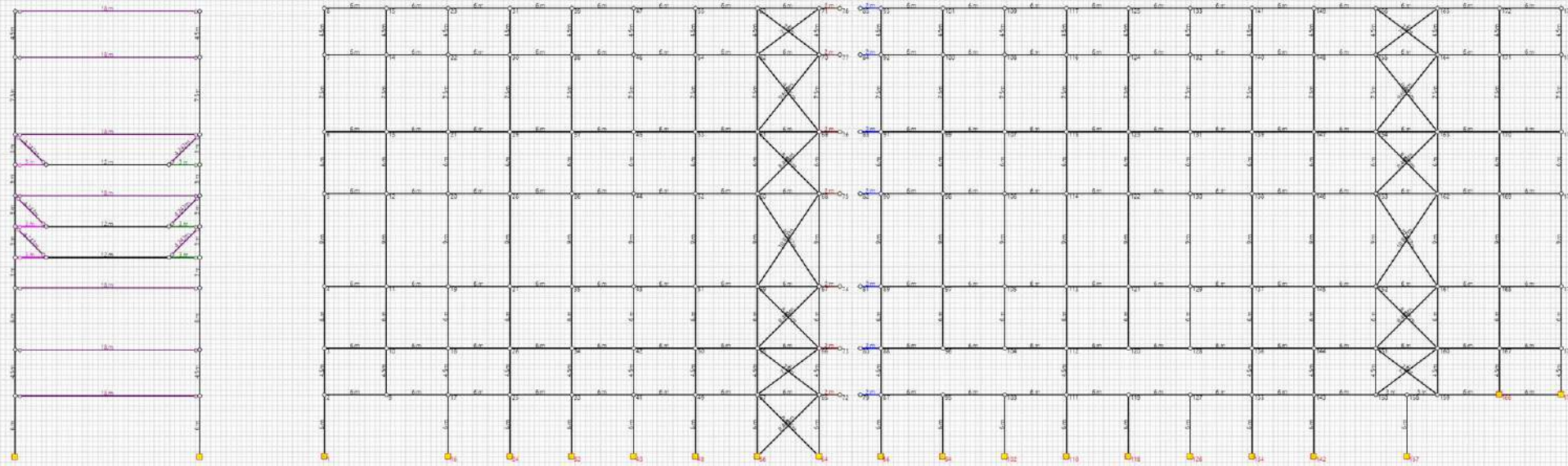
A	15394 mm2
---	-----------

T amd

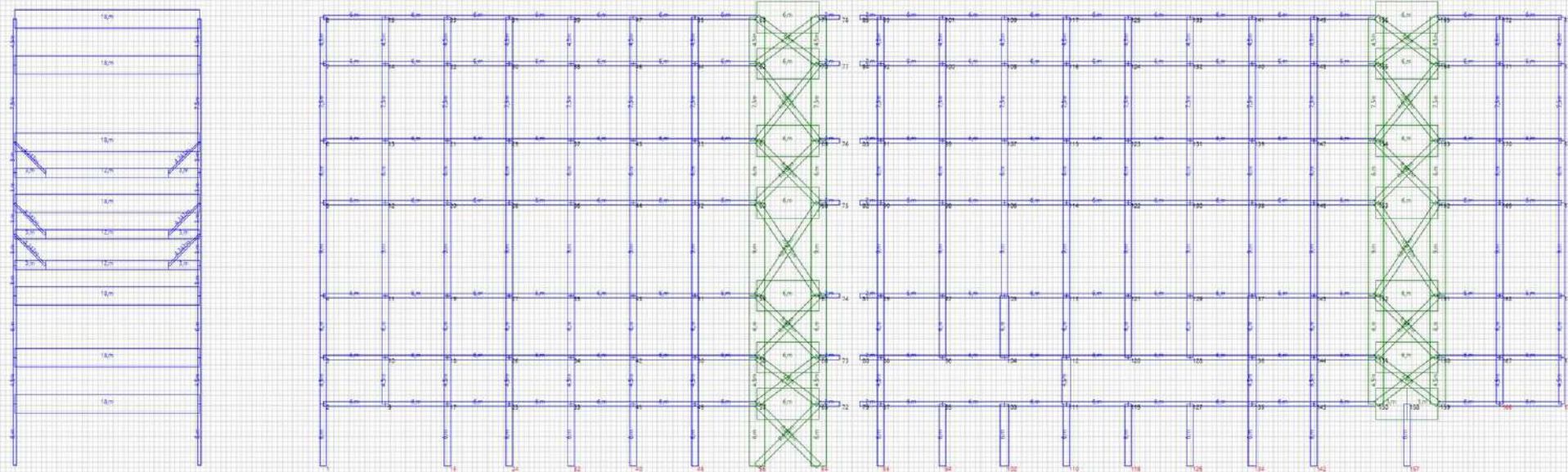
T perpen	2840,67 kN
T 45º	4017,92 kN
nº tubs	1
T'	4017,92 kN

fyd=(T/A)

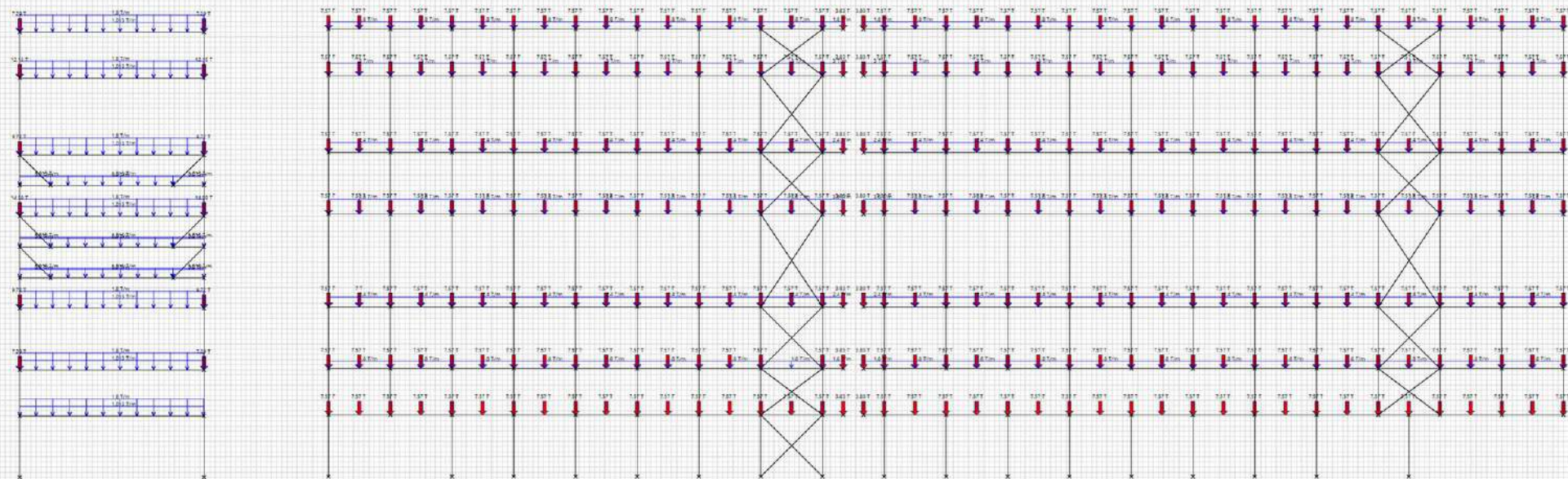
A perfil	15394 mm2
A càlcul	15341 mm2
(compleix)	



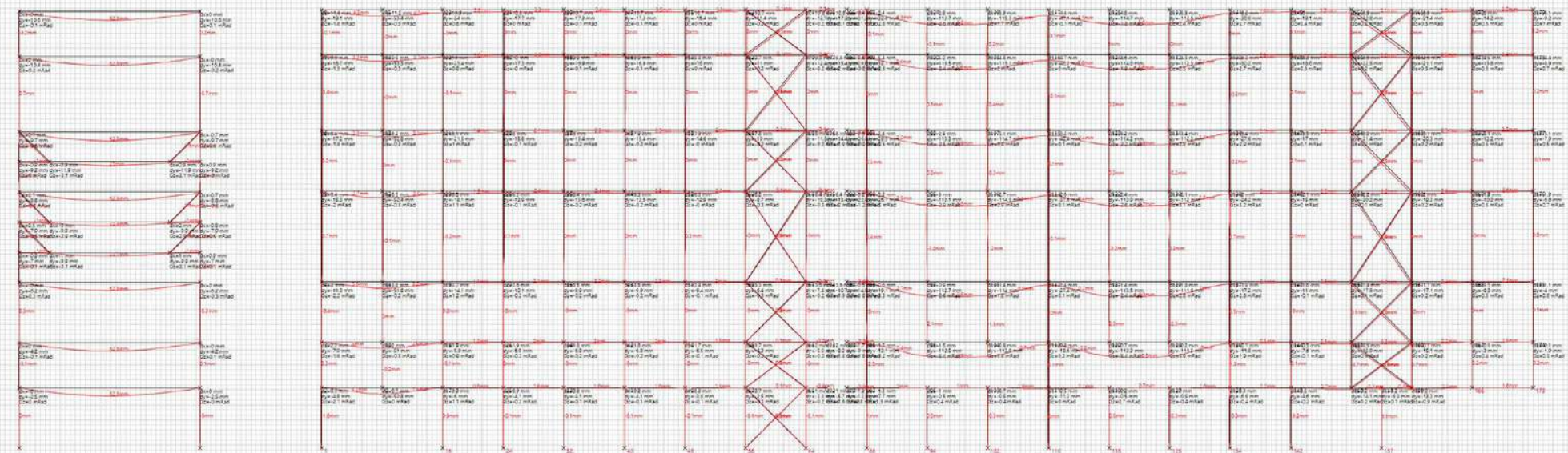
Pòrtic biarticulat en el sentit transversal rigiditzat pel nucli de circulacions verticals.
 Pòrtic de façana amb unions rígides i funcionament Vierendeel en les situacions singulars.
 Junta de dilatació central mitjançant voladus de 1/3 de la llum.



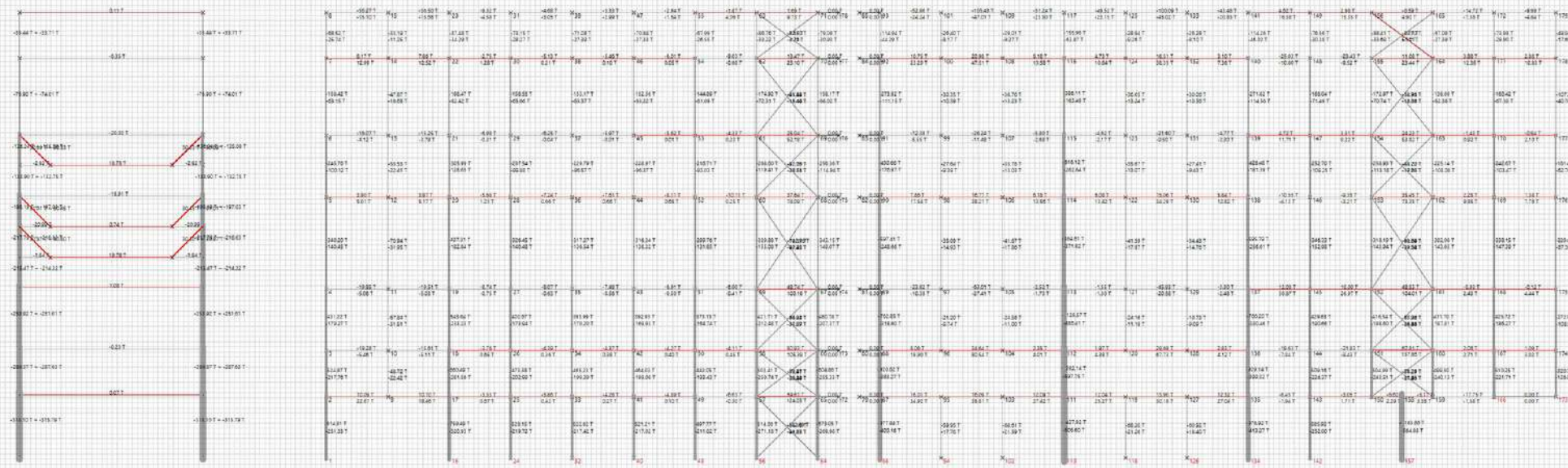
Estructura porticada d'acer combinada amb nuclis de formigó rigiditzants.



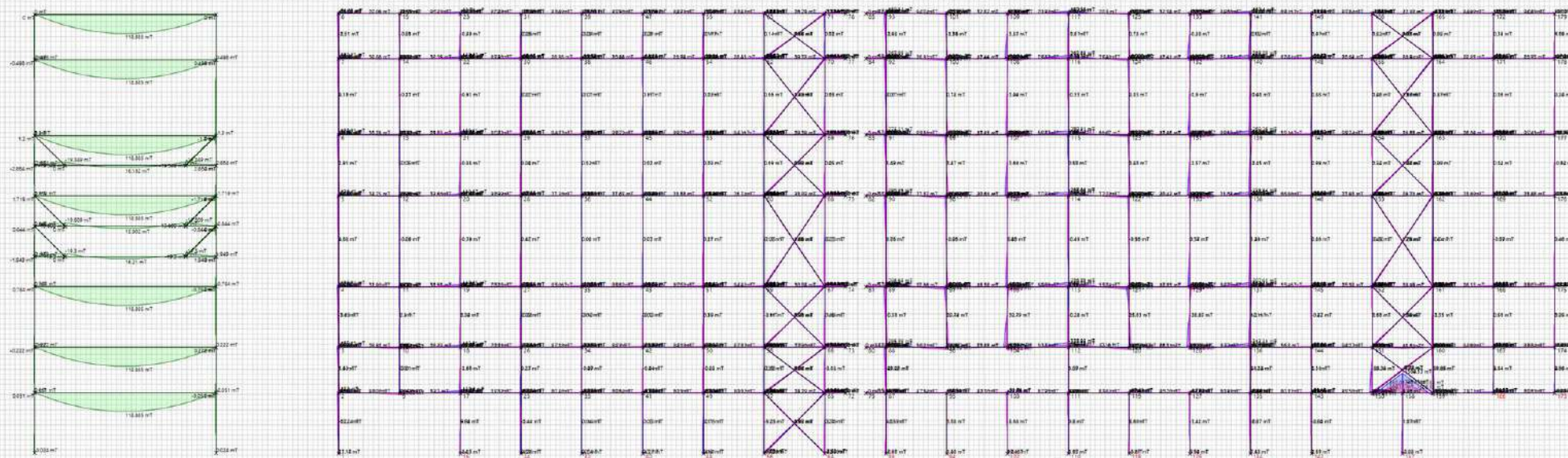
Sobre càrrega d'ús distribuïda de 400kg/m² sobre els forjats principals i 200kg/m² en els secundaris. PP de 250kg/m² i 200kg/m² respectivament. PP façana de càlcul (màxim) 200kg/m².



Fletxa màxima del pòrtic transversal 1/300 de la llum (6cm).
En el buit de 18m de planta baixa l'estructura rígida del pòrtic fletxa 1cm.



L'axil màxim en planta soterrani és de 607T, recollit per un encepament de tres pilotis fins la capa resistent.



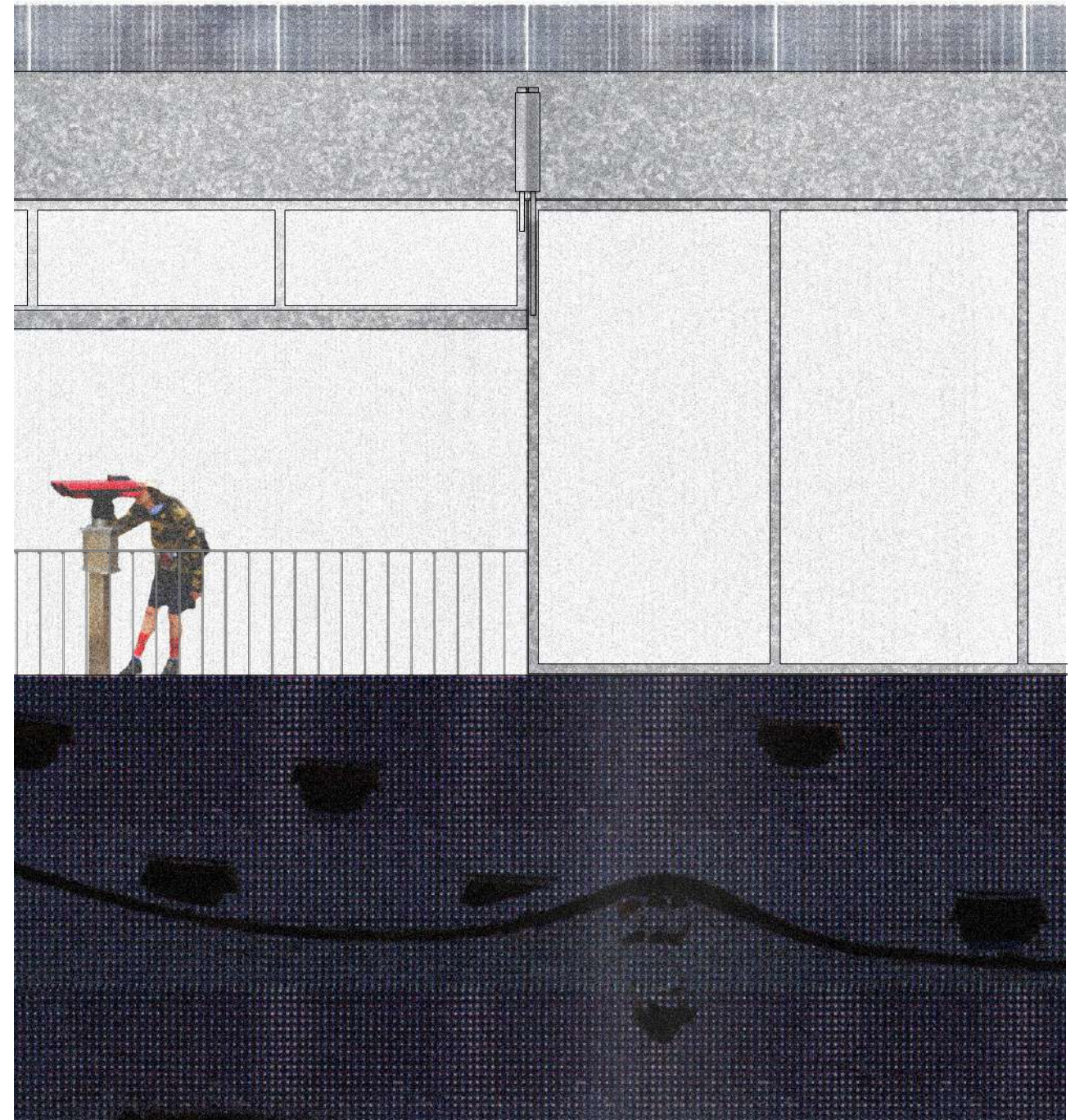
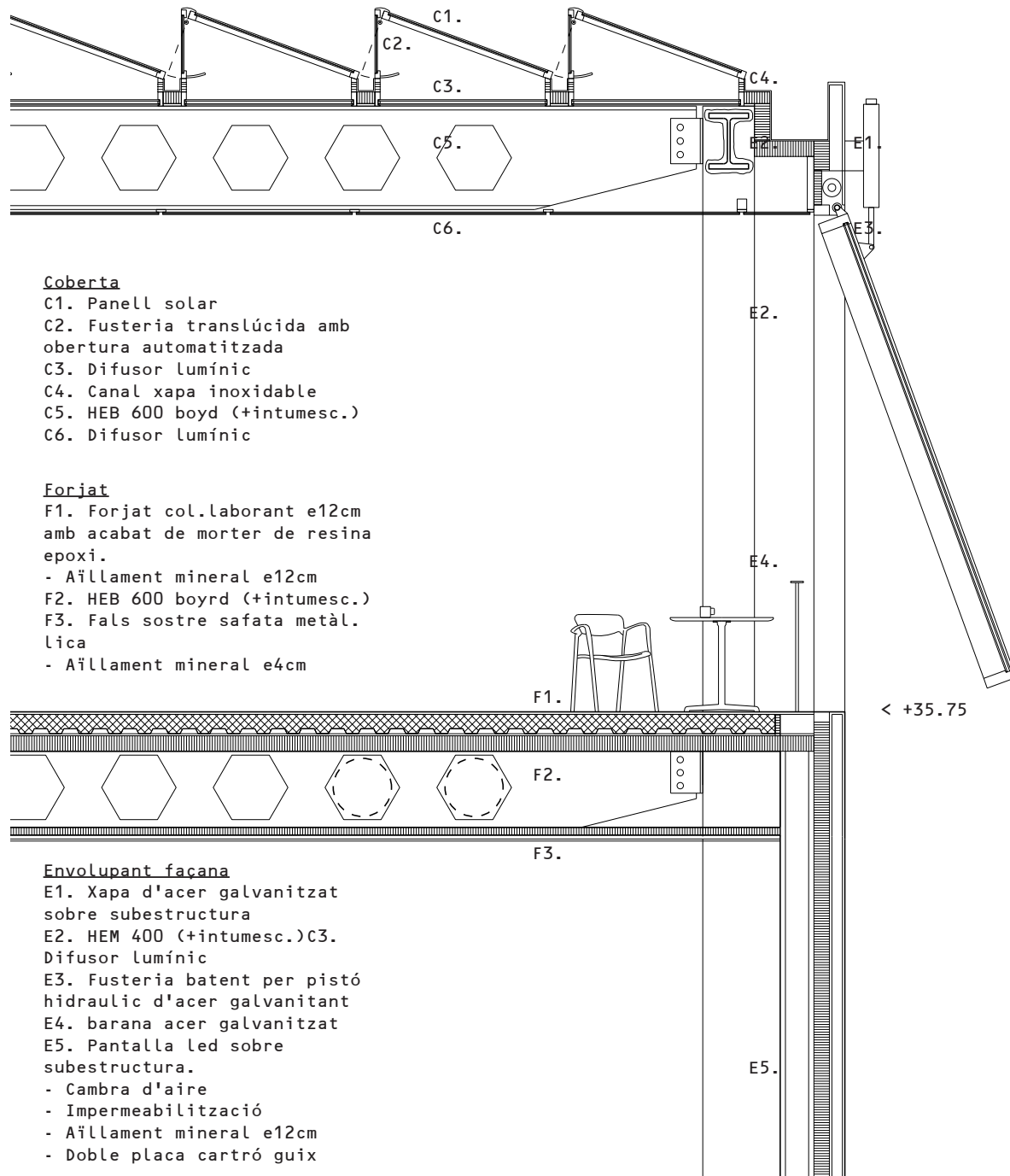
Moment màxim de la jàssera principal de 119Tm (125Tm de càlcul).



envolupant

Secció i alçat de detall
1/50
(1/5)

205



(2/5)

Envolupant façana

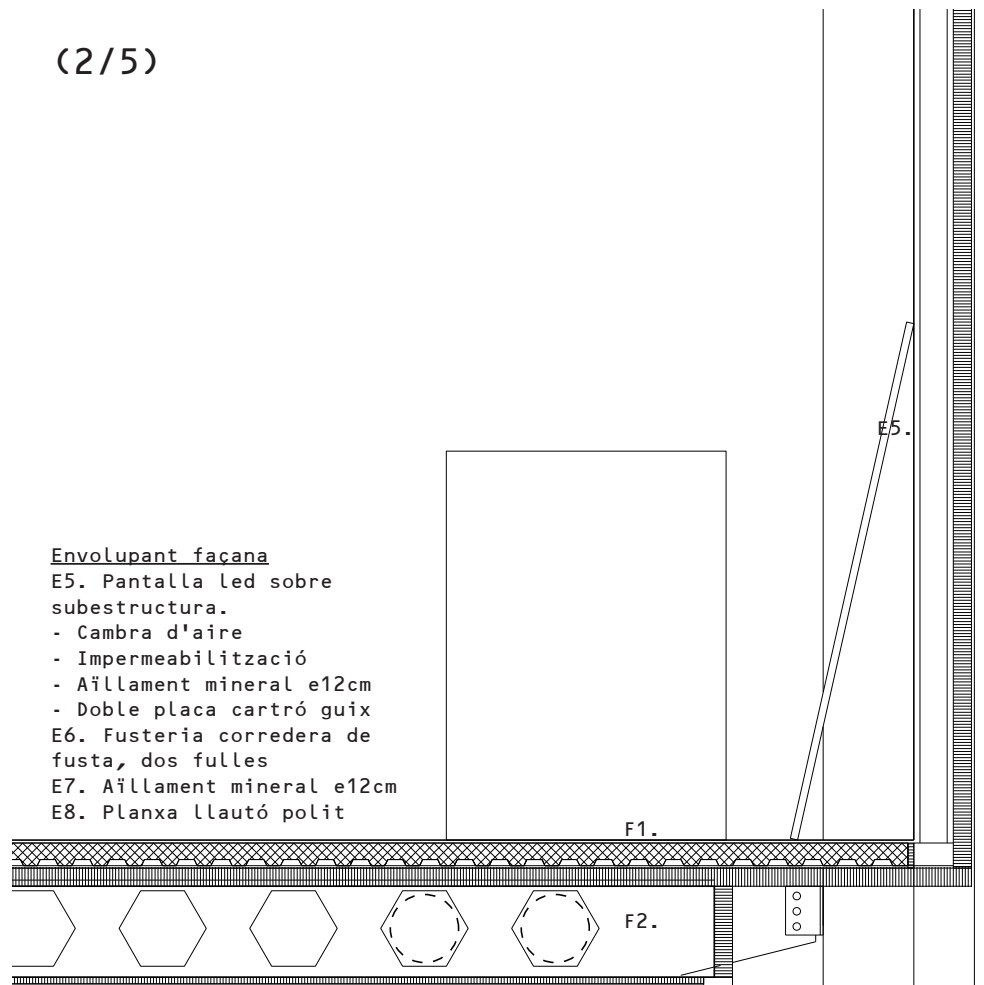
E5. Pantalla led sobre subestructura.

- Cambra d'aire
- Impermeabilització
- Aïllament mineral e12cm
- Doble placa cartró guix

E6. Fusteria corredera de fusta, dos fulles

E7. Aïllament mineral e12cm

E8. Planxa llautó polit

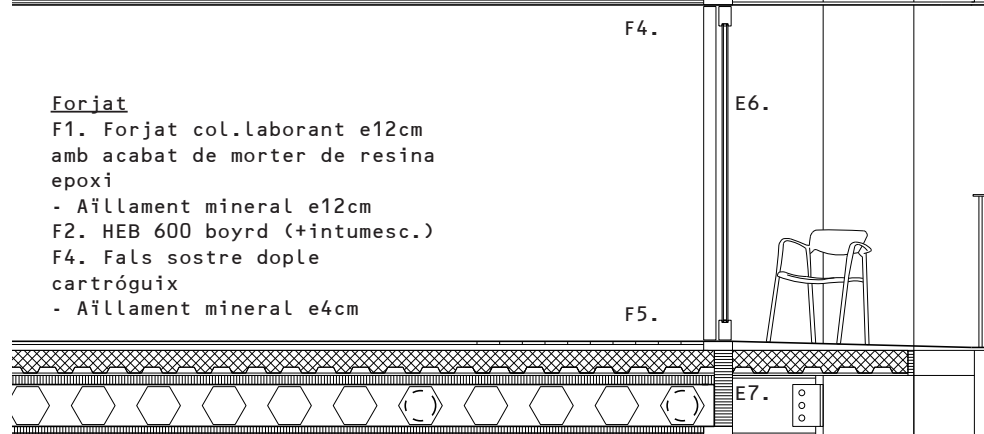


< +27.60

Forjat

F1. Forjat col.laborant e12cm amb acabat de morter de resina epoxi

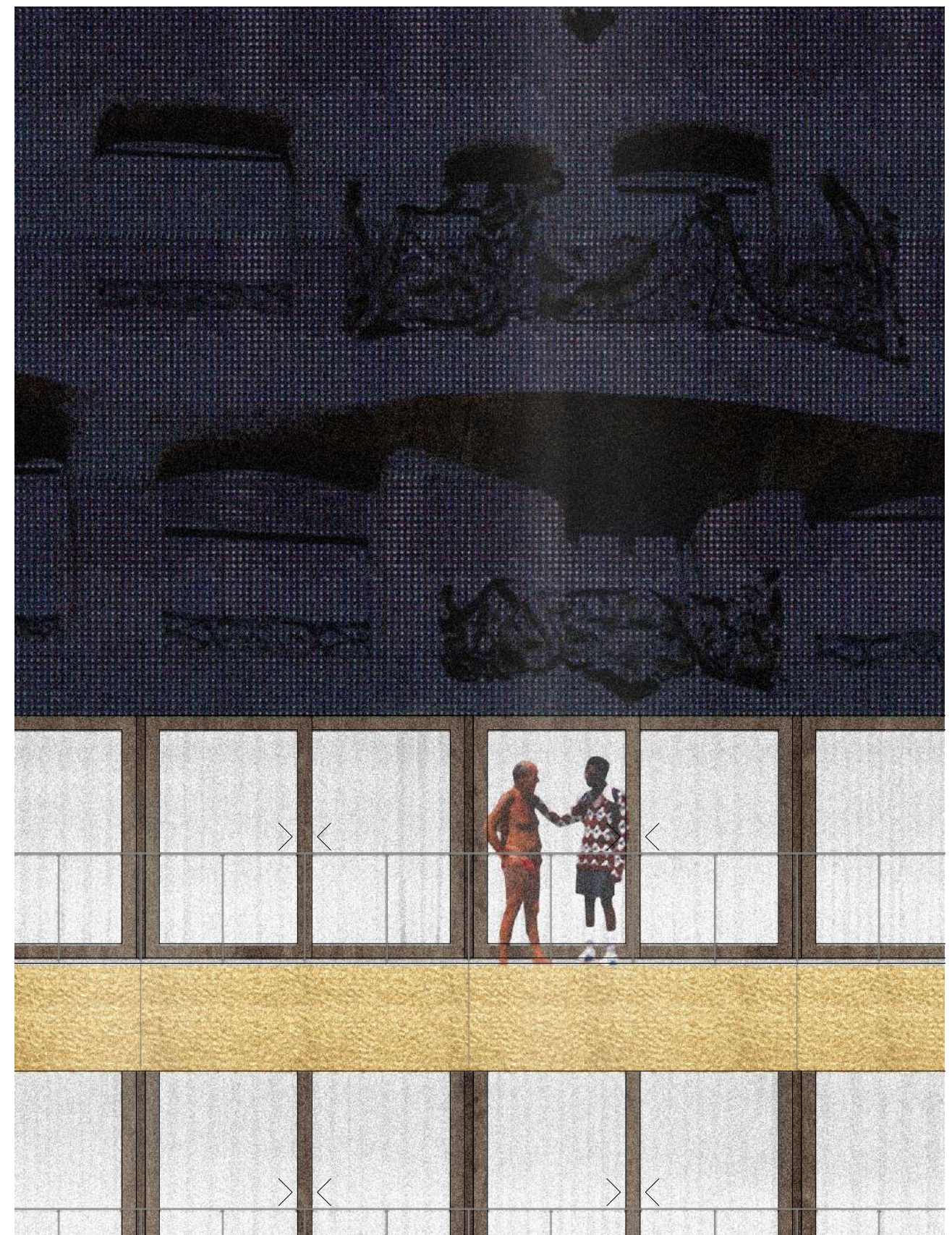
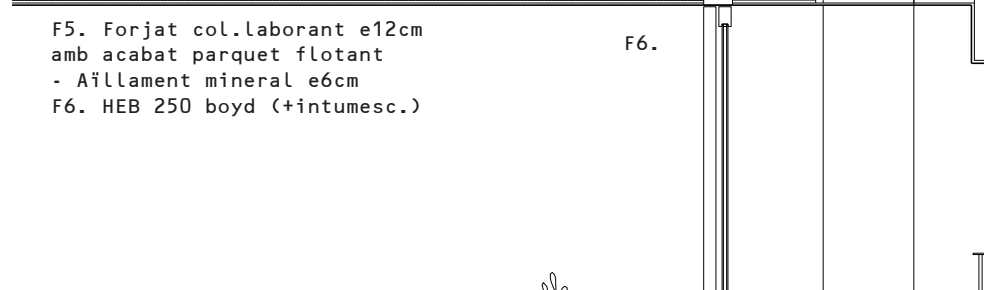
- Aïllament mineral e12cm
- F2. HEB 600 boyrd (+intumesc.)
- F4. Fals sostre doble cartróguix
- Aïllament mineral e4cm



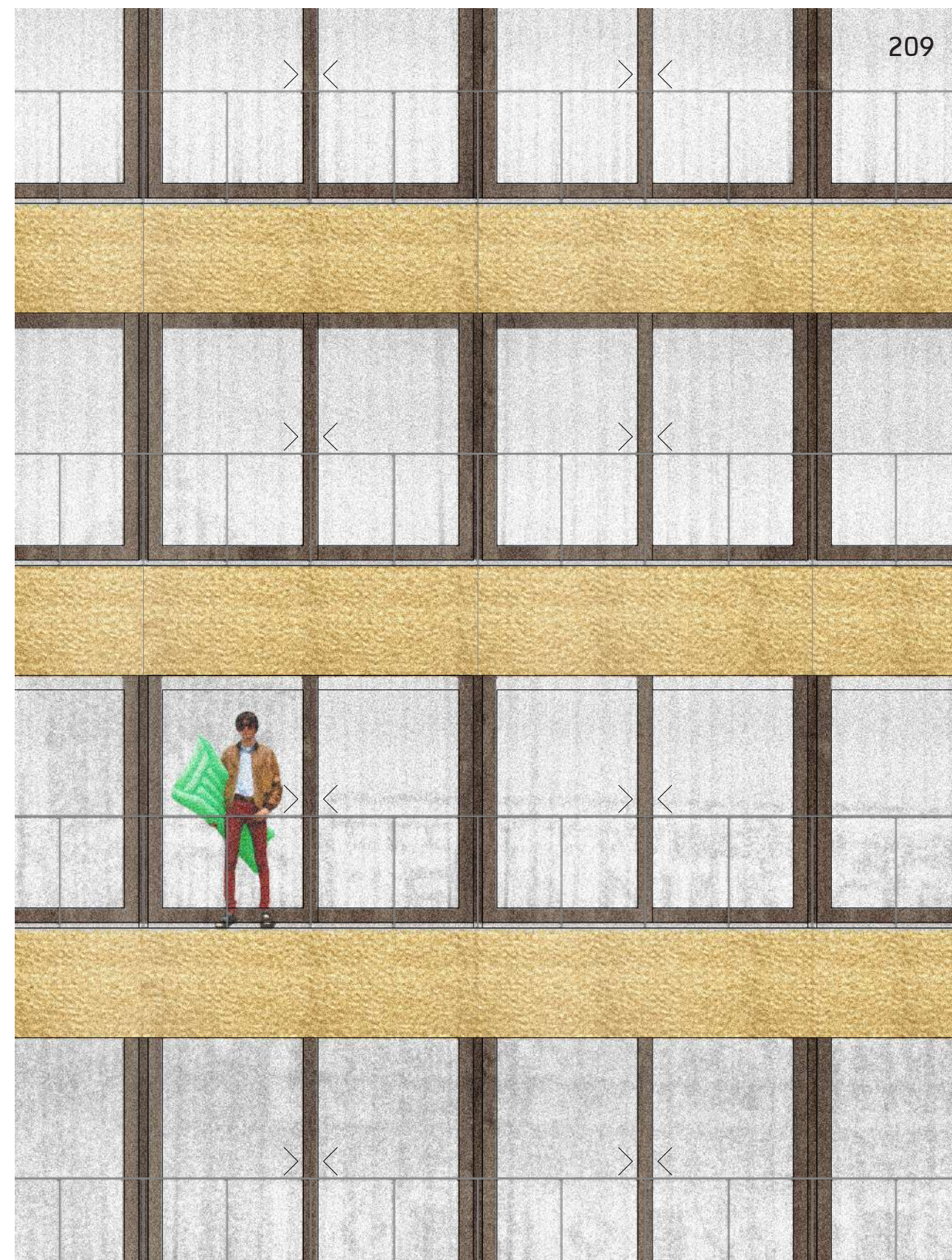
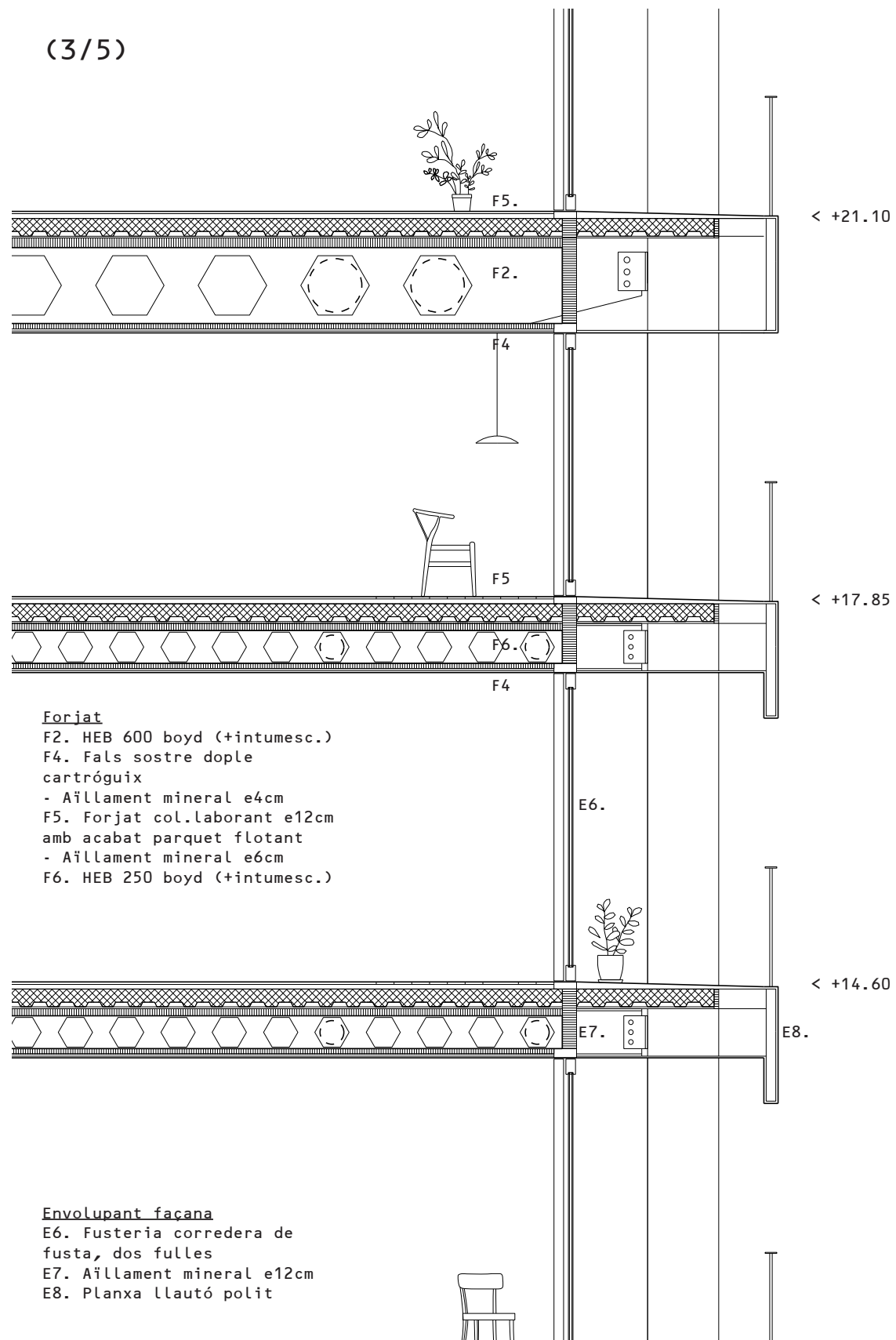
< +24.35

F5. Forjat col.laborant e12cm amb acabat parquet flotant

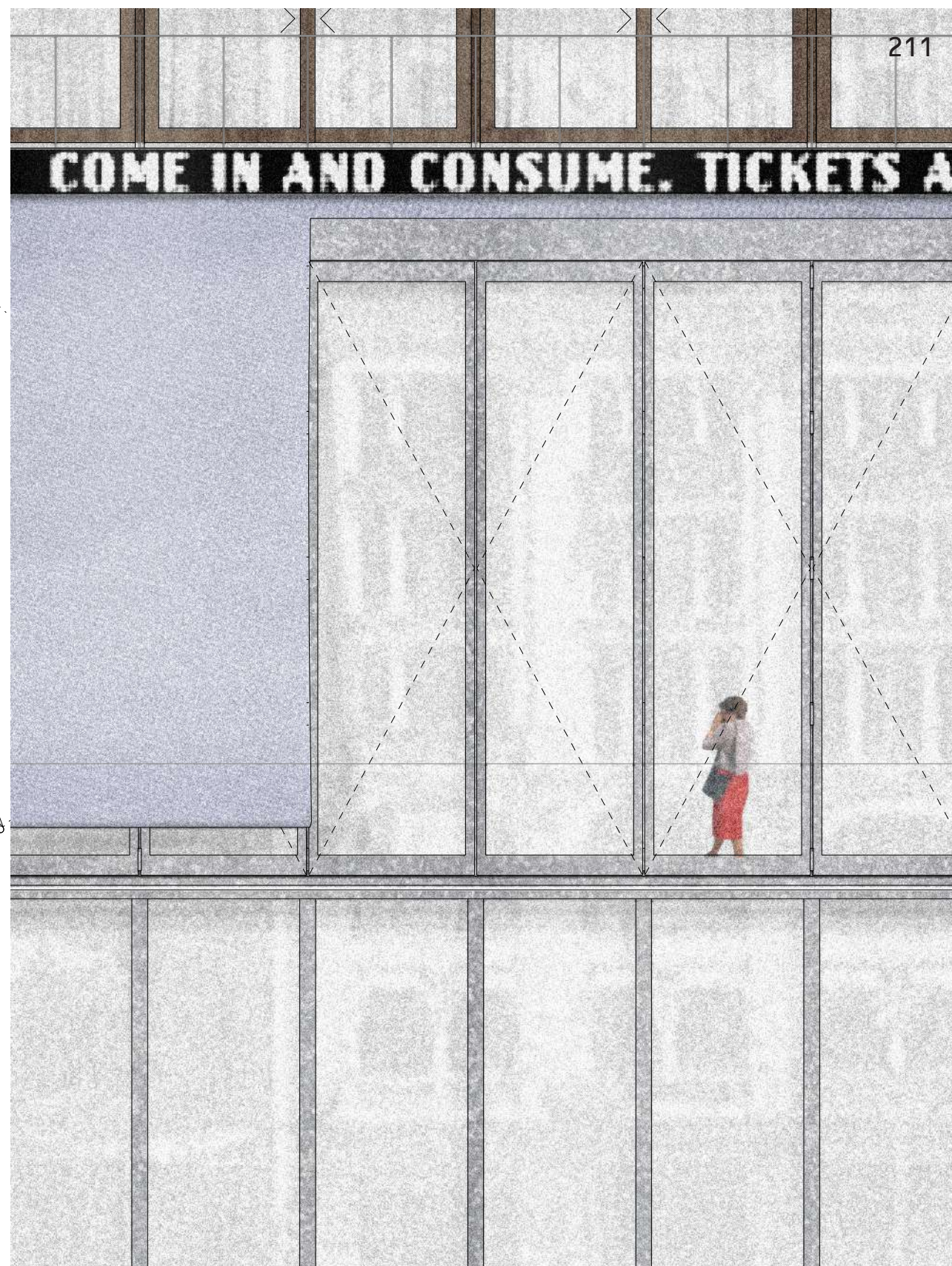
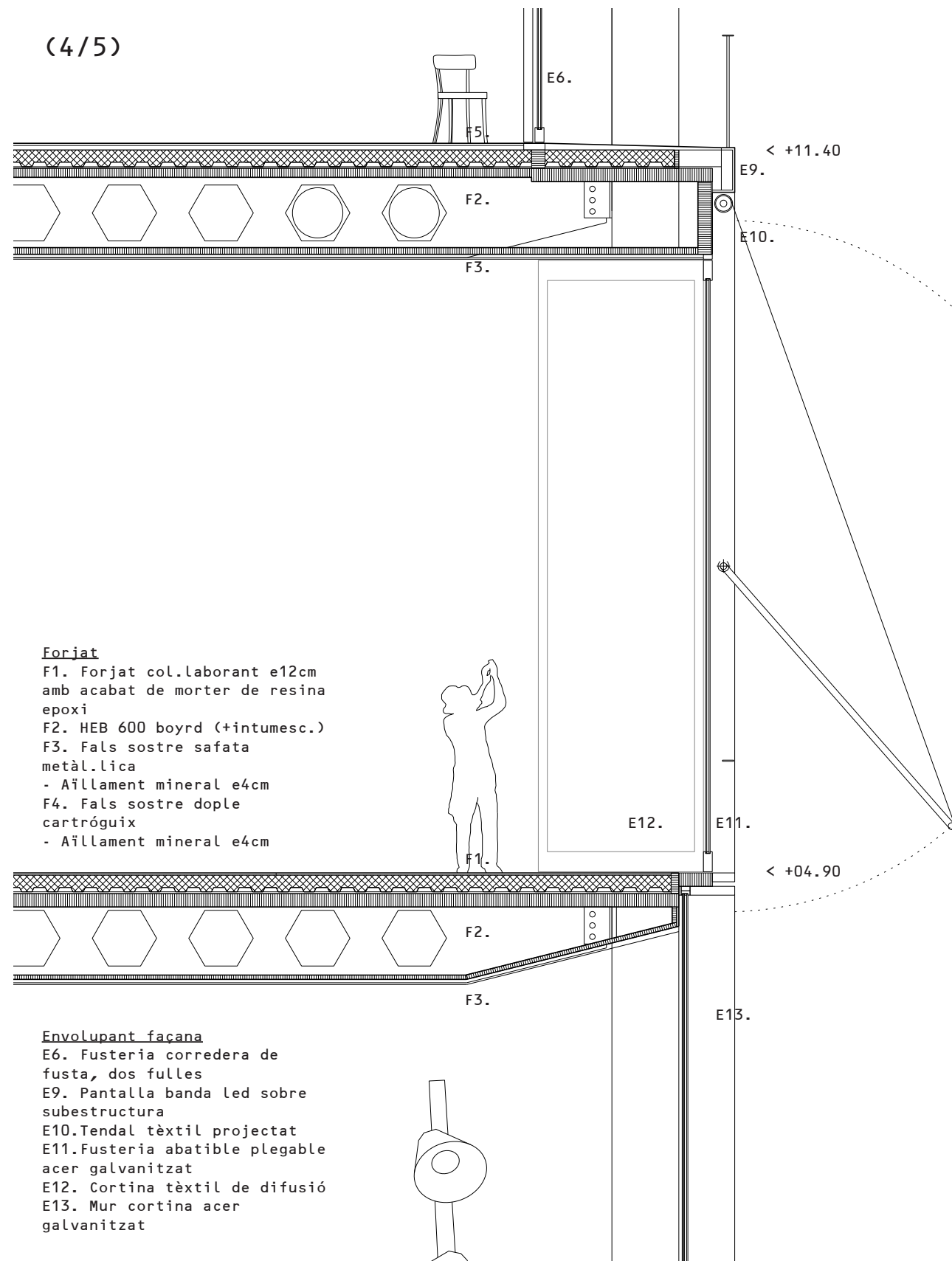
- Aïllament mineral e6cm
- F6. HEB 250 boyd (+intumesc.)

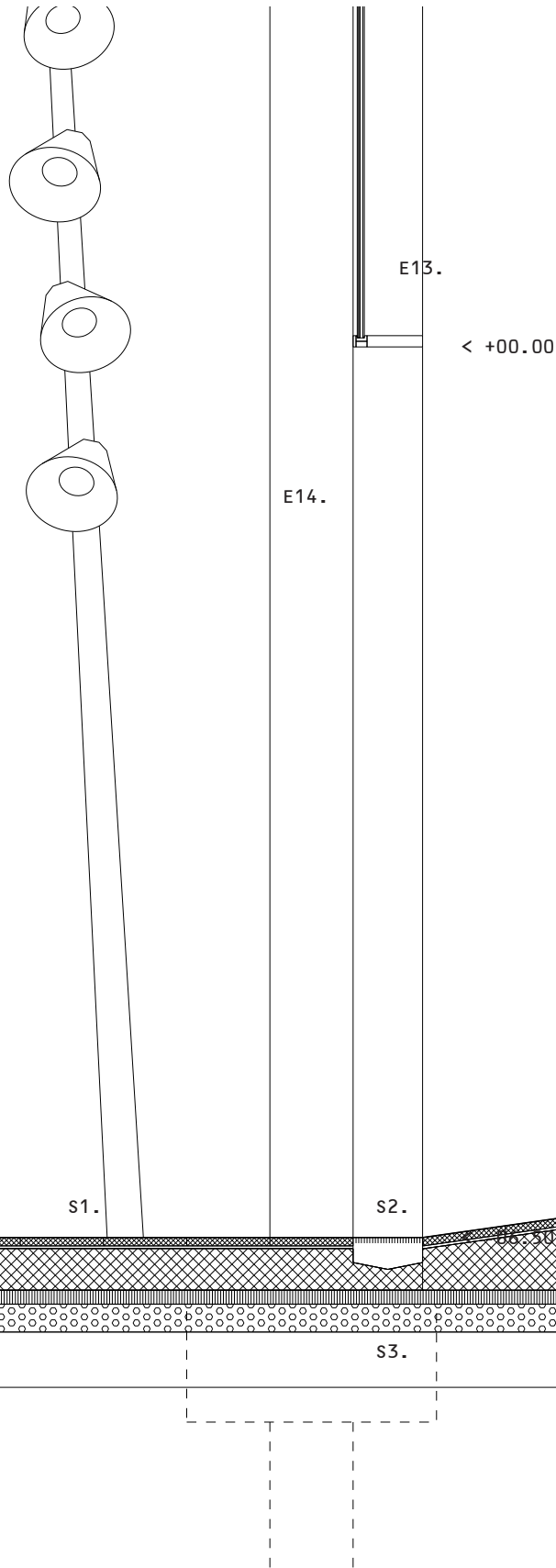


(3/5)



(4/5)

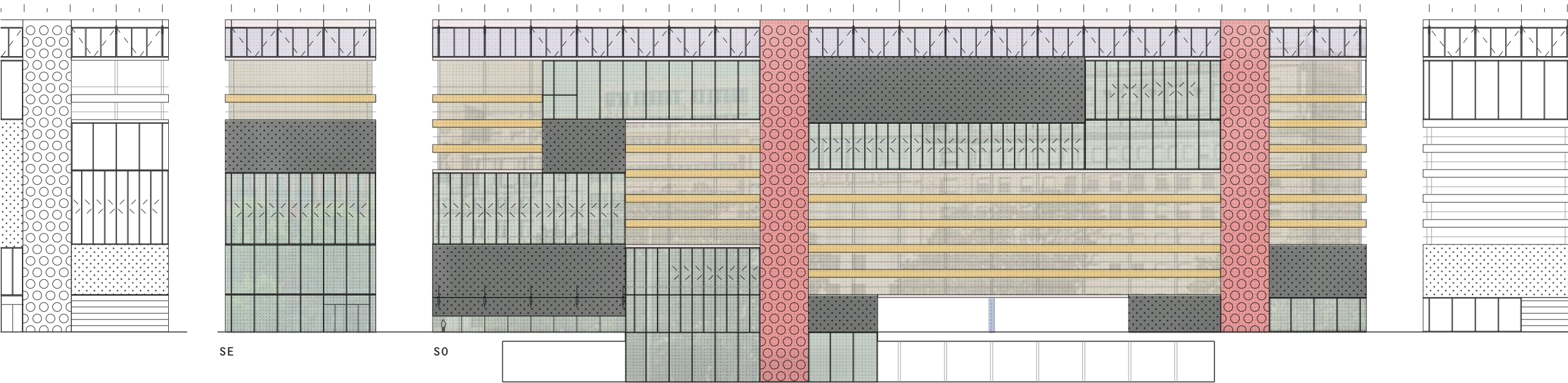
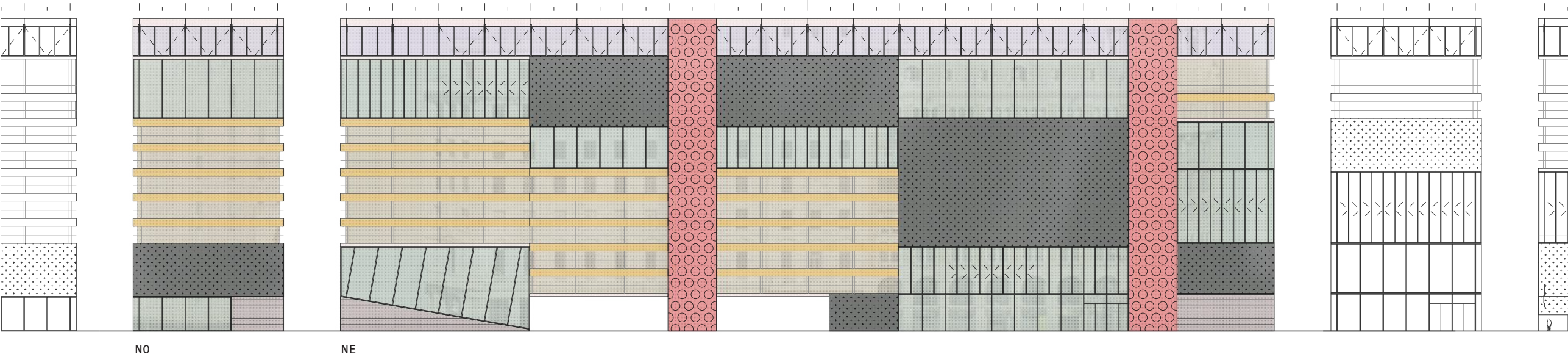


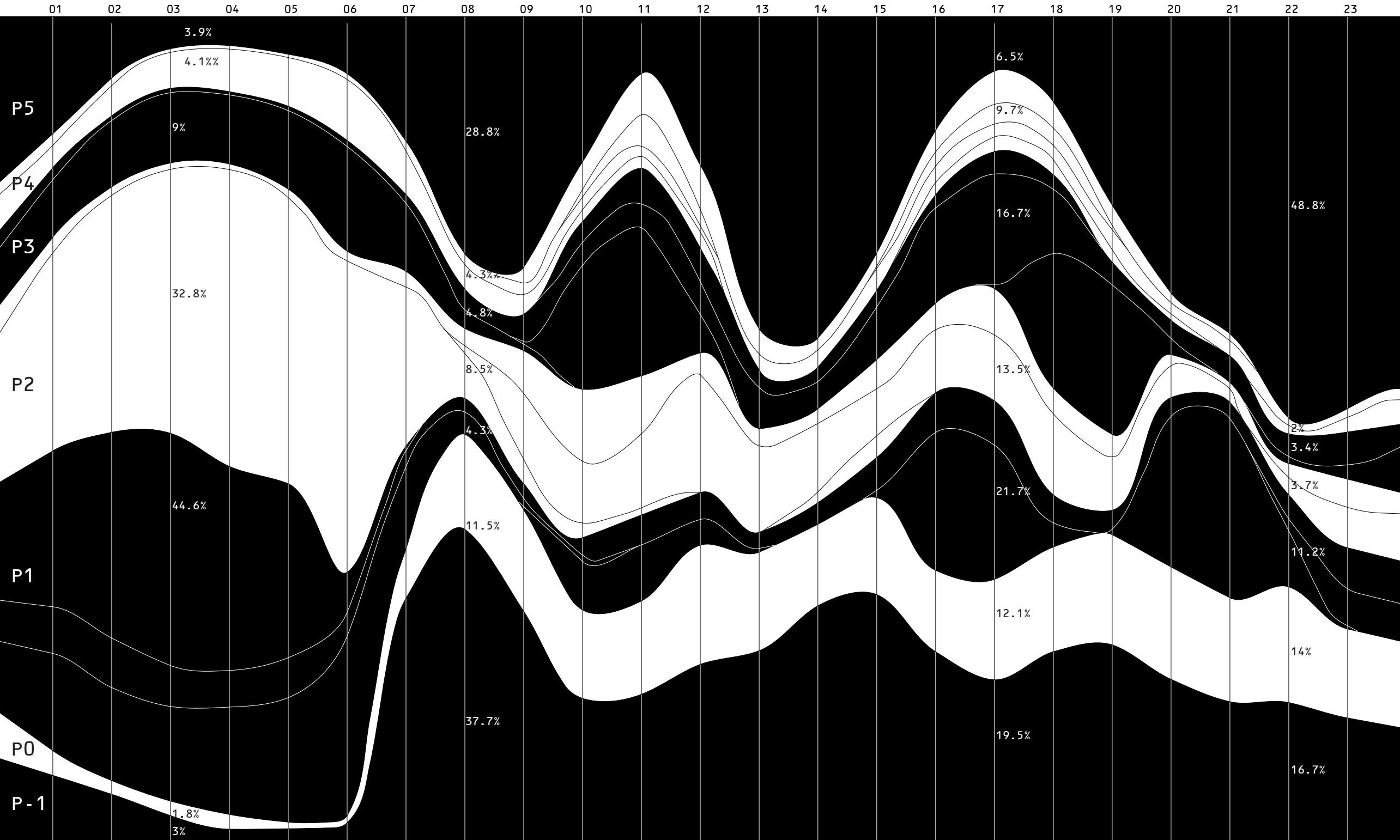


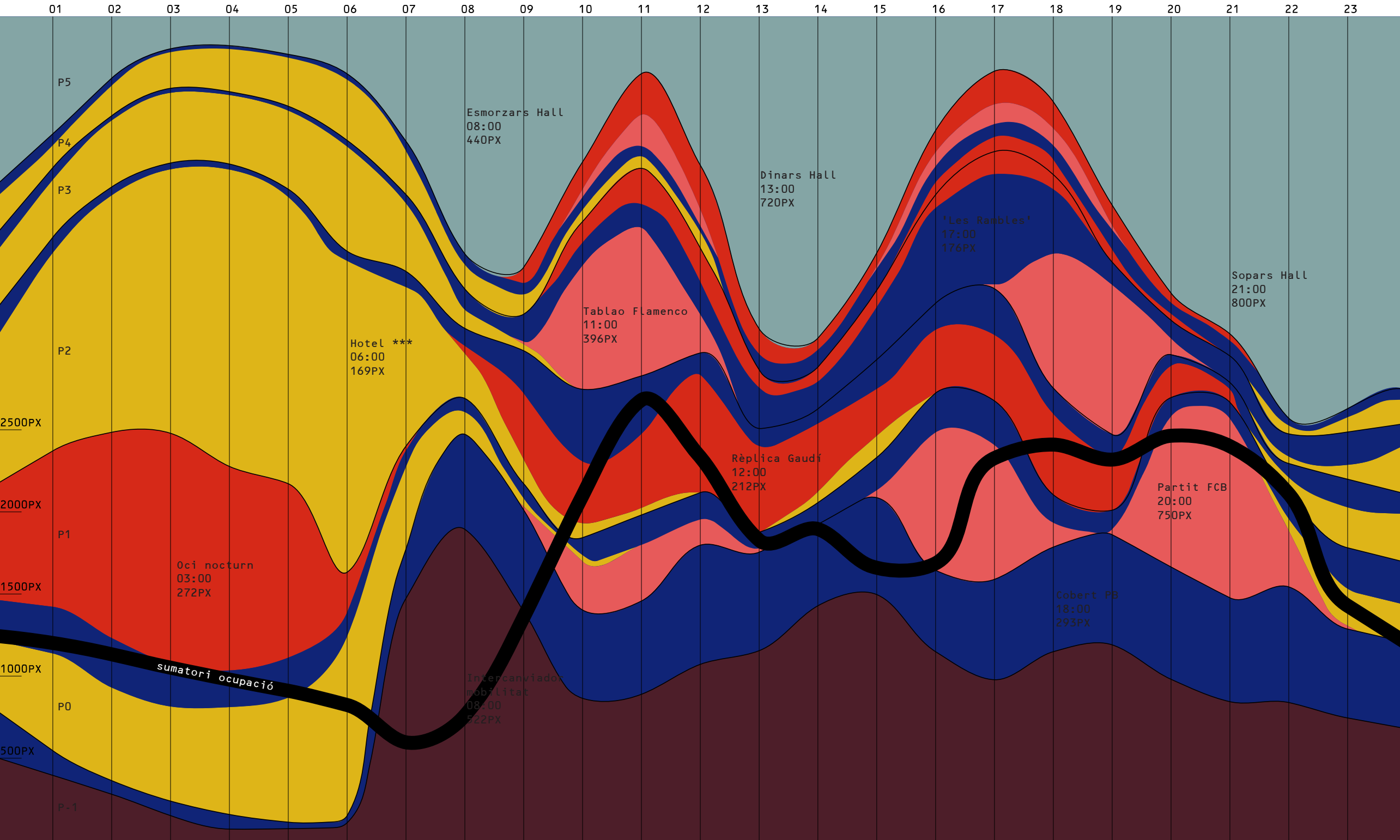
Solera
S1. Pavimrnt petri e5cm sobre
morter
- Solera de formigó e30cm
- Aïllament poliestiré
expandit e8cm
- Base de graves e20cm
- Terra compactada e40cm
S2. Canal de drenatge amb
reixa metàl.lica
S3. Triple pilotatge amb
encepat de formigó

Envolupant façana
E13. Mur cortina acer
galvanitzat
E14. HEM 600 (+intumesc.)









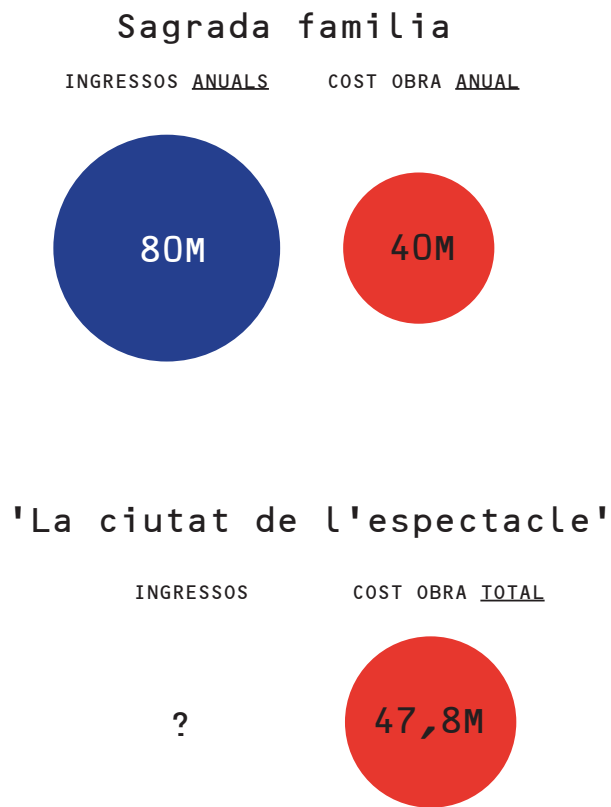


Com s'anuncia introductòriament, la intenció d'aquest projecte és reformar el mètode; abordar un projecte sense enunciat, programa ni lloc. Construir-lo en un procés alliberat, engendrant projecte des de la conclusió teòrica. Plantejar un escenari hipotètic sobre què projectar una nova realitat. Sintetitzar un programa paradoxal i implementar-lo en un emplaçament controvertit per qüestionar-se la mateixa proposta. Plantejar un projecte incòmode que obri preguntes en comptes de tancar conclusions.

Aquest procés enriquidor ha descobert les complexitats de la qüestió turística més enllà dels seus límits convencionals, indagant sobre els aspectes de la identitat i les realitats construïdes a la societat de l'espectacle.

El caràcter acadèmic ha permès projectar fora de l'objectivitat de què sovint som presoners, estimulants l'obertura cap a noves reflexions i mètodes projectuals. S'ha plantejat amb atreviment i entusiasme com un repte cap al desconegut.





La Fundació canònica autònoma privada de la Sagrada Família ingressa 80M d'euros anuals de les entrades venudes; més de 1.000M d'E en els propers 10 anys. La construcció del temple té un cost de 40M d'euros, finançat íntegrament pels visitants.

El cost previst d'execució del projecte i urbanització de la plaça és de 47,8M d'euros, poc més del pressupost anual de la basílica. Si es segueixen les regles del joc habituals a la ciutat de l'espectacle, la seva construcció és sobradament factible, fent del ciutadà beneficiant del visitant.

Capítol	preu u.	
01.01	Moviment de terres	40 E/m2 191.000
01.02	Sistema estructural	200 E/m2 4.717.000
01.03	Sistema envolvent	900 E/m2 12.401.100
01.04	Sistema compartimentació	75 E/m2 1.768.875
01.05	Sistema acabats interiors	100 E/m2 2.358.500
01.06	Condicionament i Instal·lacions	400 E/m2 9.434.000
01.07	Equipament	2.000.000
01.08	Urbanització	125 E/m2 4.375.000
01.GR	Gestió de residus	15 E/m2 353.775
01.SS	Seguretat i salut	25 E/m2 589.625
PEM		38.188.875 Euros
13% Despeses generals		4.964.554
6% Benefici industrial		2.291.333
Control Qualitat		306.605
21% IVA		9.607.787
PEC		47.796.662 Euros

La documentació consultada es classifica segons els tres àmbits d'encreuament: el marc teòric, Barcelona i el turisme. Cada apartat es divideix en fonts destacades i secundàries, i són ordenats cronològicament.

- ¶ llibre
- » article/entrevista/estudi
- # tesi doctoral
- format vídeo

MARC TEÒRIC

- ¶ Debord, Guy (1967). La sociedad del espectáculo.
- » Foucault, Michael (1967). De los espacios otros.
- ¶ Lefébvre, Henri (1974). La producción del espacio.
- ¶ Augé, Marc (1977). El viaje imposible.
- ¶ Augé, Marc (1992). Los no lugares.
- » Koolhaas, Rem (1995). Generic City.
- ¶ MVRDV (1998). Costa Iberica.
- ¶ Sadler, Simon (1998). The Situationist City.
- » Koolhaas, Rem (2002). Junkspace.

- # Gallardo, Laura (2011). Lugar/No-lugar/Lugar en la arquitectura contemporánea.

... també:

- ¶ Harvey, David (2012). Ciudades rebeldes.
- # Santacana, Amadeu (2013). El acontecimiento en un mundo como yuxtaposición.
- # J. Ruiz, Victor (2016). La deriva situacionista.
- » Cruz, Bruno (2017). De los no lugares al espacio basura.

TURISME

- ¶ Gaviria, Mario (1977). Benidorm ciudad nueva.
- » Iribas, José Miguel (1997). Benidorm. Manual de uso
- » Donaire, José A. (2003). La geografía del turismo después del fordismo
- ¶ Enguita, Núria et. al. (2004). Tour-ismes: La derrota de la disensión

- » Delgado, Manuel (2004). A Tour-ismes: El turisme cultural com estratègia de desactivació urbana.
- » Urry, John (2004). A Tour-ismes: Percebre la ciutat.
- » Enguita, Nuria (2004). A Tour-ismes: Geografies consumides.
- ¶ Delgado, Manuel (2007). La ciudad mentirosa: fraude y miseria del "modelo Barcelona".
- ¶ Antón, Salvador (2007). A propósito del turismo.
- ¶ Muñoz, Francesc (2007). Urbanalización.
- » Urry, John (2009). La mirada del turista 3,0.
- » Murray, Ivan (2015). Bienvenidos a la fiesta: turistización planetaria y ciudades-espectáculo.
- ¶ Canalis, Xavier (2019). Turisme i turistes.
- ...també:
- » Donaire, José A. (2011). La imagen turística de Barcelona en la comunidad de Flickr.
- Muñoz, Francesc et. al. (2012). CCCB: Turismo global, ciudades souvenir.
- » Fernández, Rodrigo (2012). Lo que unden mientras flotan.
- » Mazón, Tomás. (2012). El éxito de un destino turístico.
- » Vizcaíno, M^a Luisa (2015). Evolución del turismo en España.
- » Muñoz, Francesc (2016). A eldiario.es a data de 11/11/2016.
- » Richards, Greg (2016). El turismo y la ciudad: ¿hacia nuevos modelos?
- Faura, Ramón (2018). L'estat turístic.
- » Murray, Iván (2018). A infolibre.es a data de 21/05/2018.
- ¶ Milano, Claudio et. al. (2018). Ciudad de vacaciones.
- » Antebi, Andrés (2019). El turismo de experiencias
- » Viver, Juan Manuel (2019). L'entramat financer al sector turisme

BARCELONA (i turisme)

- ‡ Cocola, Agustín (2010). El Barrio Gótico de Barcelona.
- ‡ Rahola, Stella (2011). Dos paseos por el Poble Espanyol.
- Antich, Xavier (2015). CCCB: Turismo, ciudad e identidad.
- ‡ Aziman, Afarin (2011). Umblicus urbis. La Plaza Catalunya, el ombligo de la ciudad.

...també:

- ¶ Arnús, Gonçal (1908). Barcelona cosmopolita.
- ‡ García, Aurora (2013). El branding de la ciudad
- Garcés, Marina (2014). CCCB: Desmarcar Barcelona
- » López, Francesc (2015). Barcelona, de ciudad con turismo a ciudad turística
- » Sunyer, Roger (2016). Barcelona ponte fea.
- » Ajuntament de Barcelona (2019). Identitat i posicionament de Barcelona.

Autor:
Daniel Gómez Masana

Tutors:
Amadeu Santacana Juncosa
Anna Sala Giralt

Consultats:
Ignacio Costales Calvo
Joan Solà Font

Tribunal:
Rosa Rull Beltrán
Anna Sala Giralt
Joan Solà Font

Barcelona, Juliol 2020

Escola Técnica Superior d'Arquitectura del Vallés
Universitat Politècnica de Catalunya

